

Утверждаю
Генеральный директор АНО ДПО «РМА»

К.О. Кулаков
М.П.



ПРОГРАММА

профессиональной переподготовки

«АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ И ГАЛЕРЕЙНЫЙ БИЗНЕС»

СОДЕРЖАНИЕ

ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ПРОГРАММЕ	3
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ И ПРИОБРЕТАЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ	4
I. ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛИЗАЦИЮ. ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА	6
1. Введение в арт-менеджмент	6
2. История и теория современного искусства	8
II. БАЗОВЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ В ОБЛАСТИ МЕНЕДЖМЕНТА	12
3. Управление организацией в сфере искусства	12
4. Экономика и финансы в сфере искусства	13
5. Маркетинг	14
6. Правовое обеспечение управления	16
7. Управленческие навыки для менеджеров в форме тренингов	17
III. ДИСЦИПЛИНЫ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ	18
8. Менеджмент в арт-индустрии	18
9. Практика управления музеем	20
10. Медиа и коммуникации в искусстве	21
IV. АВТОРСКИЕ МАСТЕР-КЛАССЫ, ТВОРЧЕСКИЕ ВСТРЕЧИ	21
V. ВЫЕЗДНЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	21
VI. ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ	22
ПРИЛОЖЕНИЯ	
<i>Приложение 1 Примерная тематика выпускных аттестационных работ</i>	28
<i>Приложение 2. ГЛОССАРИЙ</i> <i>Специальные термины, определения, аббревиатуры</i> <i>Русскоязычные сокращения, термины и аббревиатуры</i>	29
<i>Англо-русский словарь терминов арт-менеджмента и галерейного бизнеса</i>	33
<i>Приложение 3. Правила внутреннего распорядка для слушателей программы</i>	34
<i>Приложение 4. Положение об использовании и хранении информации</i>	35
<i>Приложение 5 График обучения группы А-6</i>	36

ПРОГРАММА
профессиональной переподготовки
«АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ И ГАЛЕРЕЙНЫЙ БИЗНЕС»
ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ПРОГРАММЕ

Учебная программа профессиональной переподготовки «Арт-менеджмент и галерейный бизнес» (далее – Программа) разработана и реализуется в соответствии с Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденного Приказом Минобрнауки России от 01.07.2013 № 499 и ст. 76 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации № 273 от 29.12.2012 –ФЗ».

Программа обучения включает набор обязательных предметов, составляющих основу теоретической подготовки специалистов-руководителей в области Арт-бизнеса и галерейной индустрии. На базе профессиональных дисциплин в области менеджмента проводится изучение специальных дисциплин и дисциплин специализации, организуется прохождение практических курсов.

Программа состоит из 13 курсов. Каждый курс, помимо аудиторных занятий и мастер-классов, включает самостоятельную работу слушателей. По завершении изучения дисциплин и прохождения практических курсов проводится контроль знаний слушателей в форме зачёта или экзамена.

Программа предусматривает итоговую аттестацию слушателей в форме подготовки и защиты дипломной работы (проекта).

№ п/п	Наименование раздела	Всего часов	Форма контроля
1	Введение в специализацию	72	Экзамен
2	История и теория современного искусства	44	-
3	Управление организацией в сфере культуры	32	Экзамен, зачет
4	Экономика и финансы в сфере искусства	34	Зачет
5	Маркетинг	26	Экзамен
6	Правовое обеспечение	22	-
7	Управленческие навыки для менеджеров в форме тренингов	16	-
8	Менеджмент в арт-индустрии	60	Экзамен, зачет
9	Практика управления музеем	20	-
10	Медиа и коммуникации в искусстве	24	Зачет
11	Авторские мастер-классы, творческие встречи	30	-
12	Выездные практические занятия	28	-
13	Практикумы, кейсы, работа в команде	54	-
14	Подготовка и защита аттестационной работы	42	Защита
	ВСЕГО ЧАСОВ:	504	

ФОРМА ОБУЧЕНИЯ И ПРИОБРЕТАЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ:

Форма обучения: очно-заочная (вечерняя);

Срок освоения 504 учебных часа;

Занятия проводятся 3 раза в неделю;

Продолжительность занятия 4 академических часа продолжительностью по 45 минут.

После двух академических часов устанавливается перерыв продолжительностью 15 минут.

Продолжительность обучения 1 учебный год;

Виды учебных занятий: лекции, семинары, лекционно-практические комплексы, кейсы, деловые игры; круглые столы; тренинги, мастер-классы отечественных и зарубежных лидеров арт-индустрии, практика, технические и менеджерские стажировки; деловые игры, ролевые игры, семинары по обмену опытом, выездные занятия, консультации, выполнение аттестационной (дипломной) работы и другие виды учебных занятий и учебных работ, определенные учебным планом.

Программа «Арт-менеджмент и галерейный бизнес» дает каждому слушателю возможность развить все основные профессиональные и личностные компетенции, соответствующие международным стандартам и требованиям современного рынка, которые необходимы для успешной работы в арт-индустрии.

По результатам освоения программы выпускник будет знать:

- Организационную структуру отечественной арт-индустрии;
- Современные методы управления и их особенности для арт-индустрии;
- Экономические аспекты российского арт-бизнеса;
- Основы финансового менеджмента и особенности налогообложения для предприятий и организаций в сфере культуры;
- Методы разработки бизнес-планов создания и развития новых арт-проектов;
- Методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в арт-индустрии;
- Основы правовых отношений в сфере культуры;
- Основы защиты авторских и смежных прав и правового регулирования в арт-бизнесе;
- Особенности культурной политики и рынка искусства России и других стран
- Типологию и организационную структуру различных культурных институций: (галереи, музеи, выставочные залы, фонды культуры, аукционные дома и пр.)
- Особенности работы с объектами культуры – хранение, экспертиза, страхование, логистика;
- Историю и основные этапы развития современного искусства;
- Современную ситуацию в арт-бизнесе, ключевых игроков в сфере искусства;
- Систему коммуникации с профессиональным сообществом, как российским, так и международным.

Выпускник будет уметь:

- Проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности в работе над проектом;
- Применять основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач в арт-индустрии;
- Оценивать риски и последствия принимаемых организационно-управленческих решений в арт-бизнесе;
- Применять современные технологии управления персоналом;
- Анализировать поведение потребителей и оказывать влияние на формирование спроса для целевой аудитории;
- Использовать в практической деятельности информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркетинга;
- Анализировать финансовую отчетность и принимать обоснованные инвестиционные, кредитные и финансовые решения для бизнеса;
- Проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования с учетом фандрайзинга и спонсоринга;

- Находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею при создании арт-проекта;
- Разрабатывать бизнес-планы организации и проведения новых проектов в арт-индустрии: галерей, выставок, фестивалей, конкурсов;
- Оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности.

Выпускник будет владеть:

- навыками работы в команде;
- методами обоснования стратегических и тактических решений;
- способами разрешения конфликтов в процессе работы над проектом;
- приемами презентации и представления проекта во внешней среде;
- навыками планирования, организации и проведения мероприятий в сфере культуры;
- навыками взаимодействия со СМИ и навыками продвижения арт-проектов в СМИ;
- инструментами продвижения арт-проектов в интернет сети;
- навыками создания успешного бренда и брендинга проекта;
- управленческими навыками ведения бизнеса в сфере культуры.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНЫХ РАЗДЕЛОВ И КУРСОВ

I. ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛИЗАЦИЮ

1. ВВЕДЕНИЕ В АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ

Общее собрание группы. Цели, задачи и содержание программы

Цели, задачи и содержание программы. Правила и порядок обучения. График учебного процесса. График прохождения учебных дисциплин и межпредметные связи. Регулярность проведения собраний и встреч с группой. Контроль успеваемости и посещаемости. Правила внутреннего распорядка. Структура сайта www.rma.ru, порядок и способы получения информации об учебном процессе, учебно-методических материалов. Система организации практических курсов, прохождения стажировок. Рекомендации по учебной и специализированной литературе. Порядок подготовки и защиты дипломной работы (проекта), организации выпускного мероприятия.

Введение в арт-менеджмент

«Нет более пестрой среды, чем искусство. Здесь можно встретить совершенно разных людей, совершенно разные масштабы и совершенно разные бюджеты. Поэтому каждому начинающему арт-менеджеру необходимо понимать, где он находится, и какие правила игры существуют»

Определение понятия арт-менеджмента. Цели и задачи арт-менеджмента как специфической сферы управления. Типы деятельности в арт-среде, коммерческая и некоммерческая составляющие арт-бизнеса. Качества, которыми должен обладать арт-менеджер. Азбука арт-менеджера. Профессиональные участники арт-рынка и взаимоотношения между ними. Конкуренция и партнерство. Источники финансирования в арт-бизнесе: меценатство, спонсорство, фандрайзинг.

Культурная политика в сфере искусства

Что включает понятие культурной политики? Одно из первых определений культурной политики было дано ЮНЕСКО в 1967 году. Но системная политика в области поддержки искусства, творчества, культурной деятельности насчитывает уже более двух тысячелетий. Как менялась культурная политика в России и за рубежом в исторической перспективе? Кто является субъектом культурной политики? Всегда ли культурная политика – это прерогатива государства? Какие модели поддержки культуры и искусства актуальны и перспективы для современной России?

Культурная политика в странах Европы

Что такое государственная культурная политика, каким задачам она отвечает и какие цели преследует? Модели функционирования культурной политики на примере зарубежного опыта. Источники формирования бюджета культурной политики в России и за рубежом, способы распределения бюджета и специфика реализации. Работа с альтернативными (негосударственными) источниками финансирования. Создание международных культурных проектов, поддержание международных культурных связей.

Аудитория искусства

Основные центры притяжения аудитории в арт-индустрии. Анализ привлекательных для аудитории арт-проектов. Арт-институция как процесс и пространство реализации идей.

Анализ посещаемости арт-институций. Портрет аудитории искусства. Обратная связь и мониторинг отзывов посетителей, как составляющей имиджа арт-институции.

Обзор мировых музеев и арт-событий

Инфраструктура искусства. Крупнейшие мировые музеи как комплексные центры современной культуры. Арт-ярмарка как художественное событие мирового масштаба. Биеннале как средство брендинга территории и повышения ее туристической и инвестиционной привлекательности. Перепрофилирование вышедших из пользования промышленных зданий в центры современной культуры и арт-кластеры. Тенденция «джентрификации». Концепция музея-«супермаркета». Международные фонды поддержки культуры.

Обзор основных аукционных домов

Роль аукционных домов на арт-рынке. Крупнейшие аукционы в мире. Специфика аукционных домов. Аукцион в мировом контексте. Основные аукционные рынки и их дислокация – Лондон, Нью-Йорк и Гонконг, специфика работы, общее и различное.

Куратор и его роль в организации выставок

Роль куратора в современном арт-процессе. Куратор как создатель художественного высказывания. Работа с содержанием, соавторство художника и куратора. Особенности российского института кураторства.

Куратор как организатор художественного процесса в рамках конкретного проекта. Обязанности куратора. Особенности работы куратора в рамках выставки, музея и других арт-проектов. Роль куратора в создании и разработке общей концепции проекта, стратегии его развития, создании условий для воплощения проекта в том или ином виде (публикации, выставки, мастер-классы и т. д.). Необходимые навыки для кураторства, способы их приобретения, исторические примеры великих выставок.

История и современная ситуация в галерейном бизнесе.

Основные игроки арт-рынка

Арт-рынок как специфическое социокультурное явление. Особенности становления арт-рынка в современных российских условиях. Феномен галерейного бизнеса. Основоположники галерейного движения. Концепция галереи и круг художников. Новая генерация и история их создания.

Креативные кластеры. Подходы к созданию творческих кластеров

Креативный кластер как новый тип российской культурной институции и пример самоорганизации творческого сообщества. Новая экономика и новая жизнь промышленных зон. Классический и инновационный подход к вопросу развития территории. Особенности российского и западного подхода, зарубежный опыт создания арт-кластеров. Этапы создания творческого кластера. Примеры российского опыта создания творческого кластера. Выводы и перспективы.

Аукционный дом.

Структура и организация на примере аукционного дома Sotheby's Россия.

История возникновения аукционных домов. Внутренняя структура аукционного дома. Отделы, департаменты и филиалы аукционных домов: особенности функционирования. Проведение торгов: подготовка, работа с клиентами, проведение экспертизы предметов искусства, создание каталога.

Аукционный маркетинг: онлайн-аукционы, организация предаукционной выставки, создание каталога. Вечерние и дневные торги: разница и способы проведения. Организация предаукционной выставки: форматы проведения и регламенты. Каталог как основной

маркетинговый инструмент аукциона. Методы «захвата» клиентского интереса. Доля рынка & рекордные продажи как показатели успешности аукционного дома. Кейс старейших аукционных домов Sotheby's & Christie's как самых крупных и известных сегодня в мире. Продажи с торгов: юридические тонкости, онлайн-покупки и покупки по телефону, каналы торгов. Аукционист и его значение на торгах.

Обзор мировых арт-ярмарок. Структура ярмарки

Арт-ярмарка как культурное событие локального и мирового художественного контекста. Специфика художественного содержания и место в мировом рейтинге.

Крупнейшие мировые арт-ярмарки – Art Cologne, Art Basel и Art Basel Miami Beach, Frieze Art Fair, Armory Show, FIAC: история, функционирование, правила участия, механизмы привлечения галеристов и коллекционеров, взаимоотношения с культурной политикой. Тенденция возникновения ярмарок-спутников, существующих в качестве параллельной программы крупнейших мировых ярмарок.

«Арт-Москва» как российский прецедент создания арт-ярмарки: основные сложности в организации в российских условиях и возможное будущее. Новые тренды и будущее арт-ярмарок: виртуальные ярмарки. Концептуальные и андеграундные ярмарки: их значение и причины возникновения.

Законы арт-рынка

Как функционирует арт-рынок? Какие факторы влияют на продажи предметов искусства? Что повышает стоимость произведений? Как связаны участники арт-рынка: галеристы, аукционы, независимые арт-дилеры, арт-ярмарки.

Понятие креативные индустрии. Управление в области креативных индустрий.

Креативные индустрии – отрасль экономики, объединяющая различные виды предпринимательской деятельности (от музыкального продюсирования до галерейного бизнеса и от рекламы до моды), в основе которых лежит творческая, культурная составляющая. Каковы исторические, экономические и культурные основания возникновения креативных индустрий? Почему развитие креативных индустрий актуально в современном мире? Как развитие креативных индустрий отражается на развитии технологий управления, связанных с культурой и творчеством?

2. ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА

История арт-рынка.

История искусства первой половины 20 века.

История искусства второй половины 20 века.

История видеоарта.

История кураторства.

История арт-рынка

Художник – заказчик: опыт взаимодействия в исторической ретроспективе.

Галеристы и маршаны: авантюры и бухгалтерия Парижской школы (Воллар, Вейль, Канвейлер, Стайн, Зборовский, Бернхеймы).

Новая галерейная топография. Американская мечта: от абстрактного экспрессионизма к поп-арту. Общество потребления, «Фабрика» Уорхолла и искусство как индустрия. «Бизнес-арт» – пародия и констатация.

Орбиты рынка: расширяющаяся вселенная. Привлекательность периферии.

Эпатажные инвестиции: русские меценаты. Просветительство, популяризация, конкурирование.

Рынок вне рынка: советская практика. Шаткий статус и инверсии положений: авангард-соцреализм.

Политэкономия в искусстве. Система кооперативов: заказ, конъюнктура, «ширпотреб» («Всекохудожник», ХудФонд СССР). Частное-публичное: контрактации и «халтуры» в оптике художественной адаптации.

Внутреннее потребление: художники-собиратели. Коллекционеры авангарда. Костаки и Шустер. Нонконформизм – подпольный бренд.

«Дипарт»: чемоданные настроения. «Коммунальное искусство» в эпицентре интеллектуальной моды.

Sotheby's-88 и «Арт-миф» – новая коммерческая мифология.

Искусство первой половины 20 века

- Становление модернистской ментальности. Фовизм и Кубизм
- Футуризм и экспрессионизм
- Дадаизм и сюрреализм
- Парижская школа и скульптурный авангард
- Бубновы валет, кубофутуризм, супрематизм и амазонки авангарда
- Авангард-конструктивизм
- Художественные объединения 1920–1930-х гг. в России
- Стилистический плюрализм искусства 1920–1930-х гг.

Искусство второй половины 20 века

- Абстрактный экспрессионизм и постживописная абстракция.
- Экзистенциализм в модернизме 50-60 гг.
- 50-е: новое чувство жизни. Британский поп-арт.
- Самоинтерпретации современности: американский поп-арт.
- Европейский авангард 50-х
- Американский минимализм.
- 60-е. Флюксус. Венский акционизм.
- Искусство после философии, версии
- Гендер и стратегии репрезентации
- 80-90-е. Документ и современная реальность.
- 90-е. Искусство в поисках общества. Перформанс. Антропология повседневности.
- Нулевые: время больших проектов.

История видеоарта

Эволюция видео как художественной практики от момента его зарождения до сегодняшнего дня, история жанра, начавшегося с момента появления видеотехники в середине 1960-х. Основные направления развития видеоискусства, хронология, главные художники. Иллюстрация главных теоретических и практических подходов, характеризующих каждую фазу в истории развития видеоарта, ключевые работы каждого периода.

История кураторства

Когда появилась профессия куратора? Предпосылки к появлению кураторства. Как появление кураторов изменило художественный процесс? Великие кураторы и их проекты. Различные подходы к созданию выставок. Примеры конфликтов куратор – художник. Роль куратора в глобальных выставочных проектах.

Рекомендуемая литература:

1. *Амазонки авангарда. Сб. ст. М., 2004*
2. *Амазонки авангарда: Экстер, Гончарова, Попова, Розанова, Степанова, Удальцова. М., 2000*
3. *Андреева Е. Всё и Ничто. Символические фигуры в искусстве второй половины XX*

века.

4. Баси Э. Экспрессионизм. М., 2007
5. Бобринская Е. Футуризм и кубофутуризм. М., 2000
6. В круге Малевича. Соратники, ученики, последователи в России 1920–1950-х гг. СПб., 2000
7. Герман М. Модернизм. Искусство первой половины XX века. СПб., 2003
8. Герман М. Парижская школа. М., 2003
9. Дадаизм в Цюрихе, Берлине, Ганновере и Кёльне: Тексты, иллюстрации, документы. М., 2002
10. Деготь Е. История Русского искусства. Книга 3. Русское искусство XX века. – М.: Издательство «Трилистник», 2002. – 224 с.
11. Казимир Малевич. Собрание сочинений в пяти томах. М., 1995–2004
12. Крючкова В.А. Кубизм. Орфизм. Пуризм. М., 2000
13. Лаврентьев А.Н. Александр Родченко. М., 2007
14. Лаврентьев А.Н. Варвара Степанова. М., 2009
15. Лиссман К. П. Философия современного искусства, 2011
16. Малинина Т.Г. Формула стиля. Ар Деко: истоки, региональные варианты, особенности эволюции. М., 2005
17. Олива А. Б. Искусство на исходе второго тысячелетия, 2003. – 220 с.
18. Павел Филонов. Очевидец незримого. Альманах. Вып. 147. СПб., 2006
19. Поспелов Г.Г. «Бубновый валет»: примитив и городской фольклор в московской живописи 1910-х годов. М., 2008
20. Рид Г. Краткая история современной живописи.
21. Ройтенберг О. Неужели кто-то вспомнил, что мы были... Из истории художественной жизни. 1925–1935. М., 2004
22. Успенский А. Между соцреализмом и авангардом. Из истории советской живописи 1920–1930-х гг. М., 2011
23. Хан-Магомедов С.О. Конструктивизм – концепция формообразования. М., 2003
24. Шатских А. Витебск. Жизнь искусства. 1917–1922. М., 2001
25. Пэт Хэкетт. Энди Уорхол. «Попизм. Уорхоловские 60-е. СПб., 2009
26. Дональд Томпсон. «Как продать за \$12 миллионов чучело акулы». М., 2009
27. Ханс Ульрих Обрист. «Краткая история кураторства», М. 2012
28. «Другое искусство». Москва 1956–1988. М., 2005
29. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. – Издательство «Медиум», 1996.
30. Брусиловский А. Студия. СПб., М., 2001.
31. Воллар А. Воспоминания торговца картинами. М., 2008
32. Всегда другое искусство. Избранные произведения из собрания В. Бондаренко. М., 2010.
33. Глезер А. Русские художники на Западе. Эссе и статьи. Париж, Нью-Йорк, 1986
34. Гуревич П. Культурология. Хрестоматия. – М.: Гардарики, 2007. – 592 с.
35. Деготь Е., Захаров В. Московский концептуализм. – М.: Издательство КнигиWam, 2006. – 416 с.
36. Дери М. Скорость убегания: Киберкультура на рубеже веков, 2008. – 480 с.
37. Искусство врачевать и собирать искусство. Живопись, графика и скульптура художников-нонконформистов из коллекций М. Алшибая, Д. Иоселиани и М. Курцера. М., 2010.
38. Кабаков И. Тексты – М.: Издательство «Герман Титов», 2009. - 644 с.
39. Коллективные действия. Поездки за город. 6-11. – М.: Издательство «Герман Титов», 2009. - 644 с.
40. Коллекция и архив В. Захарова. М., ГЦСИ, 2009.
41. Костаки Г. Мой авангард. Воспоминания коллекционера. М., 1993
42. Махрова Г. Запретные краски эпохи. СПб., 1998.
43. Монастырский А. Эстетические исследования. – М.: Издательство «Герман Титов», 2009. – 562 с.
44. Назаревская Н. Антикварный рынок в России XVIII-XX веков, 2006. – 160 с.

45. Нонкоформизм. Русское и советское искусство 1958–1995. Собрание музея Людвига. Palace Editions, 2010.
46. Обрист Х.У. Краткая история кураторства. М.: Ad Marginem Пресс, 2012. – 256 с.
47. Пантелеева А. Самые известные музеи мира, 2011. – 104 с.
48. Русский музей. The Russian Museum. Pocket collection. - М.: "Медный всадник", 2011. - 240 с.
49. Русское арт-зарубежье. Вторая половина XX – начало XXI века. М., 2010.
50. Русское искусство второй половины XIX века. Из собрания Фонда Сандретти. М., 2009.
51. Свой круг. Художники-нонконформисты из собрания А. Кроника. М., 2010.
52. Семенова Н. Жизнь и коллекция Сергея Ивановича Щукина. М., 2002
53. Штейн М. Т., Монтель А. Музеи Нью-Йорка. – М.: АСТ, 2001. – 240 с.
54. Шустер С. Профессия коллекционер. М., 2005
55. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Издательство «Классика-XXI», 2005.- 430 с.

Интернет-ресурсы:

1. <http://garageccc.com>
2. <http://www.winzavod.ru>
3. <http://www.ncca.ru>
4. <http://www.mmoma.ru>
5. <http://www.mamm-mdf.ru>
6. <http://art-moscow.ru>
7. <http://friezelondon.com>
8. <http://www.fiac.com>
9. <http://basel.artbasel.com>
10. <http://www.thearmoryshow.com>
11. <http://www.artcologne.de>
12. <http://ru.artinfo.com>
13. <http://www.sothebys.com>
14. <http://www.christies.com>
15. <http://www.phillipsdepurty.com>
16. <http://www.antiquesalon.ru>
17. <http://www.viennafair.at>
18. <http://www.arteba.org>
19. <http://www.salons-antiquaires.com>
20. <http://www.tefaf.com>
21. <http://www.kiaf.org>
22. <http://www.voltashow.com>
23. <http://www.scope-art.com>
24. <http://www.paddle8.com>
25. <http://www.manifesta.org>
26. <http://www.d14.documenta.de>
27. <http://www.theartnewspaper.com>
28. <http://www.googleartproject.com>
29. <http://www.thamesandhudson.com>
30. <http://creativeclusters.com>
31. <http://www.garageccc.com>
32. <http://www.redok.ru>
33. <http://www.proektfabrika.ru>
34. <http://www.flacon.ru>
35. <http://www.artplay.ru>
36. <http://www.armazavod.ru>

II. БАЗОВЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ В ОБЛАСТИ МЕНЕДЖМЕНТА

3. Управление организацией в сфере культуры

Основы управления в сфере искусства

Сущность менеджмента, основные понятия. Необходимость управления бизнесом и его роль в обеспечении конкурентоспособности культурного проекта. Типичные проблемы менеджмента в сфере культуры в теории и на практике. Понятие культурно-исторического контекста в бизнесе. Кросс-культурные факторы бизнеса. Организационное поведение. Типология моделей организационного поведения в культурно-историческом контексте. Кросс-культурные коммуникации (устные, письменные, невербальные). Бизнес-этикет. Принятие решений и организация бизнес-процессов в различных культурных средах.

Понятие инноваций. Виды инноваций. Особенности инновационных процессов в культурной сфере и их закономерности. Принципы и методы организации инновационной деятельности. Лидеры и команда проекта. Проектный подход к реализации инноваций. Стадии реализации проектов инновационного развития бизнеса

Проектирование бизнеса

Цели управления. Правила целеполагания. Общие и специальные функции управления. Права и обязанности, полномочия и ответственность. Делегирование полномочий. Иерархия управления. Проектирование структуры управления бизнесом. Процессы управления и их регламентация. Бизнес-процессы и основы их проектирования. Мотивация и стимулирование в управлении бизнесом. Организационная культура. Стили управления. Работа менеджера. Самоменеджмент (техника личной работы).

Миссия организации. Миссия как основа стратегического позиционирования организации. Классификация целей организации. Принципы и стили поведения организации. Стратегические цели организации. Роль стратегического менеджмента в организации. Особенности применения инструментария стратегического менеджмента в арт-бизнесе. Этапы процесса стратегического менеджмента. Анализ отрасли. Благоприятные и неблагоприятные факторы отрасли. Характеристика и особенности рынка искусства. Пирамида стратегий. Коллективные стратегии. Корпоративные стратегии. Конкурентные стратегии. Создание устойчивых конкурентных преимуществ. Функциональные стратегии. Реализация стратегий. Стратегический контроль.

Экономическая оценка проекта

Постановка задач, формулировка ожиданий относительно экономической эффективности. Определение критериев экономической эффективности проекта. Прогнозирование рисков. Работа с бизнес-планом проекта. Расчет затрат и времени возврата инвестиций.

Программа «Портфель менеджера выставочных проектов»

Кто такой арт-менеджер? Основные профессиональные качества арт-менеджера. Понятия и отличия от других позиций. Сложности и специфика работы. Процесс создания сметы проекта. Зона ответственности арт-менеджера. Коммуникация с другими игроками арт-процесса. Десять заповедей арт-менеджера.

Дизайн для искусства

Создание каталога – одна из важнейших составляющих работы над выставочным проектом. Этапы создания каталога (сбор информации, изображений, корректура, работа редактора, перевод). Тайминг работы над каталогом. Работа с изображениями: разрешение, формат. Виды печати. Влияет ли тираж на стоимость? Дизайн обложки и каталога. Типы бумаги. Тенденции.

Рекомендуемая литература:

1. Альтшуллер Г. Найти идею: Введение в ТРИЗ - теорию решения изобретательских задач. – 400 с.
2. Дафт Р.Л. Менеджмент. Пер. с англ. - Питер, 2010. – 408 с.
3. Организационное поведение. Пер. с англ. Автор: Ян Брукс, Издательство: Дело и Сервис, 2008. – 288 с.
4. Поршнев, А. Г. Управление организацией: учебник и практикум / А. Г. Поршнев. – М.: Инфра-М, 2005. – 473 с.
5. Поршнев А.Г. Управление организацией, учебник и практикум, Инфра-М, 2005 г.-669 с.
6. Практикум к учебнику «Управление организацией»: Раздел 4 «Инновационный менеджмент». / А. Г. Поршнев [и др.]; под ред. А. Г. Поршнева. – М.: ИНФРА - М, 2002.– с.142 – 199
7. Рабочая тетрадь к учебнику «Управление организацией»: Выпуск 4 «Инновационный менеджмент». /Под ред. А. Г. Поршнева, З. П. Румянцевой, Н. А. Саломатина. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 140 с.
8. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации; учебник для вузов, пер. с англ., Инфра-М, 2007. – 928 с.
9. Управление инновациями: Модульная программа для менеджеров, т. 7. /Сост. Гунин В. Н., Баранчев В. П. и др. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 290 с.
10. Управление организацией: Раздел 4 «Инновационный менеджмент». /Под ред. А. Г. Поршнева, З. П. Румянцевой, Н. А. Саломатина. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 669 с.

Интернет-ресурсы:

1. <http://infomanagement.ru>
2. <http://kultura.mos.ru>

4. ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ

Экономика организации

Планирование и управление экономическими показателями. Инвестиционный анализ. Бюджетирование. Финансовая отчетность компании. Принятие краткосрочных финансовых решений. Структура и стоимость источников капитала.

Управление рисками

Определение понятия риска. Виды рисков и их последствия. Прогнозирование рисков и методы снижения рисков: диверсификация, профилактика, аутсорсинг затратных пунктов, формирование резервов.

Налоговая политика

Понятие о налоговой политике как о государственной системе налогообложения. Объекты налогообложения, определение круга налогоплательщиков, виды применяемых налогов. Особенности налогообложения в сфере культуры. Особенности налогообложения культурной институции в зависимости от типа организации: государственной, муниципальной, частной.

Фандрайзинг. Технология работы со спонсорами.

Источники финансирования в арт-менеджменте. Арт-проект и проектное финансирование. Инвестиции в галерею. Формы и виды галереи. Фандрайзинг и его методология. Спонсор и спонсируемый. Технология работы со спонсором. Благотворительные фонды: виды и типы. Технология работы с благотворительными фондами. План реализации арт-проекта и бизнес-план проекта. Партнеры проекта и их ресурсы. Попечительский совет арт-проекта как ресурс. Методы работы с попечителями. Волонтеры арт-проекта и их мотивации. Организация и проведение лотерей и благотворительных аукционов изобразительных искусств.

Страхование культурных ценностей

Обзор рынка страхования культурных ценностей за рубежом и в России. Характеристика правового сознания российского страхователя культурных ценностей (культура страхования). Правовые основы страхования культурных ценностей в России. Базовые принципы страхования. Заключение и исполнение договора страхования культурных ценностей. Выплатное дело в сфере страхования культурных ценностей.

Бизнес-планирование арт-проекта

Цель разработки и функции бизнес-плана. Специфика бизнес-планирования культурного проекта. Социальный состав аудитории искусства. Разработка бизнес-плана на примере арт-галереи. Бизнес-план как инструмент реализации стратегии инновационного развития. Структура бизнес-плана. Основные разделы бизнес-плана и правила их разработки.

Рекомендуемая литература:

1. Досси П. *Продано! Искусство и деньги.* – М.: Издательство К. Тублина, 2011. – 224 с.
2. Ендовицкий Д. *Финансовый менеджмент.* – М.: Издательство «Рид Групп», 2012. – 800 с.
3. Лукасевич И. Я. *Финансовый менеджмент.* – Изд-во Эксмо, 2011. – 768 с.
4. Остервальдер А. и Пинье И. *Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора.* – М.: Издательство Альпина Паблишер, 2011.- 288 с.
5. Хокинс Дж. *Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги.* М.: Издательство Классика-XXI, 2011. – 256 с.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.gorodfinansov.ru>
2. <http://www.strelkainstitute.com>
3. <http://www.finam.ru>
4. <http://www.finansy.ru>
5. <http://www.cbr.ru>

5. МАРКЕТИНГ

План и стратегия маркетинга

Основа маркетинговой деятельности современной организации: сущность, цели, задачи, принципы, методы. Основные понятия и современные тенденции. Принципы и концептуальные подходы к проведению маркетинговых исследований. Методы и процедуры маркетинговых исследований. Прогнозирование: методология и процедуры. Сегментация рынка и позиционирование продукта. Основы формирования маркетинговых каналов. Содержание коммуникационного процесса. Составляющие коммуникативного процесса и их функции. Специфика и факторы, определяющие структуру комплекса продвижения: реклама; PR; маркетинг событий; direct marketing. Специфические коммуникационные

способы продвижения. Интернет как новая среда общения. Специфика маркетинга в сети Интернет.

Инструменты SMM

Понятие, цели и задачи Social Media Marketing (SMM). SMM как способ продвижения культурного проекта, информирования и привлечения лояльной аудитории. Особенности продвижения в интернет-среде посредством социальных сетей. Основные инструменты SMM для продвижения культурного проекта. Наиболее успешные кейсы продвижения российских и зарубежных арт-проектов посредством SMM. Продвижение музея, галереи, культурного проекта, персоны художника, куратора в социальных сетях Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, через сервисы блоггинга. Создание сообществ и привлечение целевой аудитории на мероприятия. Мониторинг и получение обратной связи, работа с негативом.

Бренд и Брендинг

1. Платформа бренда

Позиционирование бренда. Коммуникационная концепция бренда. Легенда бренда. Имя бренда/brand name. Генеральный слоган - девиз бренда. Логотип, товарный знак. Система идентификации бренда - brand identity - фирменный стиль.

2. Нейминг, логотип и товарный знак или торговая марка

Нейминг. Логотип. Товарный знак/торговая марка. Особый статус товарных знаков. Поиск информации о товарных знаках.

3. Брендбук, гайдлайн, кат гайд и сейлз гайд

Брендбук, структура брендбука. Паспорт стандартов (guideline), структура паспорта. Кат гайд (cut guide). Руководство по продажам (sales guide).

4. Реклама и бренд интеграция

Основные носители бренд-идентификации. Имиджевая реклама – лонч. Ивент-реклама.

Рекомендуемая литература:

1. Гайдаенко Т.А. Маркетинговое управление. Полный курс MBA. Принципы управленческих решений и российская практика. – Изд-во Эксмо, 2005. – 480 с.
2. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость. – С.-Пб.: Питер, 2001. – 480 с.
3. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. – СПб.: Питер, 2006. – 816 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. 3-е издание, Альпина Паблишерз, 2011. -211 с.
5. Котлер Ф., Шефф Д. Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств. - М.: Издательство Классика-XXI, 2004. - 668 с.
6. Котлер Ф., Вонг В., Сондерс Д., Армстронг Г. Основы маркетинга. – М.: Вильям, 2010. – 1200 с.
7. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. – СПб.: Питер, 2004. – 800 с.
8. Малхотра Н. Маркетинговые исследования. – Вильямс, 2010. – 1200 с.
9. МакДональд М. Планы маркетинга. Как их составлять и использовать. – Издательский Дом "Технологии", 2004. – 656 с.
10. Мельник М. В., Егорова С. Е., Маркетинговый анализ, Рид Групп, М, 2011, 384 с.
11. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. Маркетинг. – М.:Инфра-М. – 2010 – с.336
12. Сухов С. Интернет-маркетинг на 100%. - Питер, 2011. - 240 с.
13. Траут Д. Позиционирование, битва за узнаваемость. - Питер, 2007
14. Черчилль Г.А., Браун Т.Дж. Маркетинговые исследования. – СПб.: Издательство "Питер", 2007. – 704 с.

15. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Издательство Классика-XXI, 2011. – 432 с.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.4p.ru>
2. <http://www.adme.ru>
3. <http://www.marketing.spb.ru>
4. <http://www.sostav.ru>

6. ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ

Основы права интеллектуальной собственности

Понятие интеллектуальной собственности. Владение, распоряжение и использование продуктов интеллектуальной деятельности. Неимущественные права авторов на результат интеллектуальной деятельности. Исключительное право на результаты творческой деятельности и средства индивидуализации. Виды интеллектуальной собственности: авторское право, патент, товарный знак. Международные соглашения в области интеллектуальной собственности и их влияние на национальное законодательство, основные принципы Бернской конвенции.

Авторские и смежные права

Понятие авторского права и смежных прав. История становления авторского права в России. Источники законодательства об авторском праве. Основные принципы законодательства – дуализм интеллектуальной собственности, исчерпание права на распространение, ограничение исключительного права. Действующее законодательство Российской Федерации.

Авторское право и общество. Причины возникновения «пиратства». Возникновение и регистрация авторских прав, условия правовой охраны. Конвенционные знаки охраны авторских и смежных прав. Объекты авторского права, не охраняемые объекты. Субъекты авторского права – авторы, работодатели, правообладатели, наследники. Особенности охраны разных видов произведений – служебных, составных, совместных, производных. Особенности охраны аудиовизуальных произведений. Охрана личных неимущественных прав. Понятие исключительного права. Виды использования произведений. Право на воспроизведение, распространение, импорт, прокат экземпляров произведений. Публичная демонстрация и исполнение произведений. Коллективное управление авторскими и смежными правами. Организации, осуществляющие коллективное управление на основании государственной аккредитации. Основы таможенного законодательства РФ по ввозу и вывозу культурных ценностей. Риски и защита авторского права. Особенности страхования культурных ценностей.

Рекомендуемая литература:

1. Гаврилов Э. П. Комментарий к закону РФ "Об авторском праве и смежных правах". Судебная практика, 2003. - 352 с.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Издательство «Проспект», «КноРус», 2012. – 512 с.
3. Калемина В. В., Рябченко Е. А. Договорное право.- М.: Издательство: Омега-Л, 2011. – 256 с.
4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях. М.: Издательство «Эксмо», 2012. - 400 с.
5. Федеральный закон «О полиции». Указы Президента РФ о работе органов внутренних дел. - М.: Издательство «КноРус», 2011. - 112 с.
6. Чермянинов Д. В. Таможенное право. – М.: Издательство «Юрайт», 2011. – 400 с.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.zonazakona.ru>
2. <http://www.alfastrah.ru>
3. <http://www.fineartway.ru>
4. <http://www.copyright.ru>

7. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ НАВЫКИ ДЛЯ МЕНЕДЖЕРОВ В ФОРМЕ ТРЕНИНГОВ

Бизнес-тренинг «Искусство как проект»

Что такое проект? Чем работа менеджера отличается от работы искусствоведа и других профессионалов, производящих смыслы. Практическое занятие по анализу направлений профессий разного типа в арт-среде. Лекция о создании и функционировании МСИ «Гараж». Практическое задание по просмотру выставки и анализу созданного проектом информационного поля.

Тренинг «Эффективные продажи»

Цель курса – приобретение теоретических знаний и практических навыков в области продаж, ориентированных на мир искусства. В ходе тренинга обучающиеся получают информацию об отличиях традиционных продаж от продаж в таких профессиях, как арт-дилер, галерист, art adviser. Основные модели продаж. Доверие как один из ключевых элементов продаж. Способы управления беседой. Анализ потребностей. Работа с возражениями. Презентация как источник доказательства.

Рекомендуемая литература:

1. Пинтосевич И. «Продавай. Секреты продаж на все случаи жизни». - М.: Издательство: Эксмо, 2015, 224 с.
2. Егидес А.П. «Лабиринты общения». – М.: Издательство: АСТ-Пресс, 2007, 368 с.
3. Ковалёв А., Морев Б. «Арсенал оратора». – М.: Издательство: Альпина Паблишер, 2012, 180 с.
4. Культура русской речи. Учебник для вузов. Под ред. проф. Л. К. Граудиной и проф. Е. Н. Ширяева. — М.: Издательская группа НОРМА—ИНФРА М, 1999. — 560 с.
5. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. : ИНФРА-М, 2008, 272 с.
6. О. Родина «Дизайнер-клиент: психология общения»

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.itraining.ru>
2. <http://management.about.com>

III. ДИСЦИПЛИНЫ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ

8. МЕНЕДЖМЕНТ В АРТ-ИНДУСТРИИ

Упаковка и логистика предметов искусства

Логистика как наука об управлении, контроле и планировании. Логистика предметов искусства как часть логистической науки. Основные сферы применения арт-логистики.

Классификация и типы упаковки. Упаковка искусства: ремесло или искусство? Виды упаковочных материалов и схем. Арт-логист как packing-консультант.

Типы перевозки. Транспорт: виды транспортировок, специфика, особенности отдельных видов транспорта, применимость каждого из них в отдельных случаях. Локальная и международная (дальняя) транспортировка. Отдельные и сборные грузы. Плюсы и минусы.

Основные ошибки со стороны арт-менеджера. Документы при международных автоперевозках. Таможня. Ценообразование и налогообложение.

Хранение искусства. Требования. Виды хранения. Виды хранилищ. Пожарная безопасность. Прочие виды безопасности. Есть ли в России хранения необходимого (мирового) класса?

Международное налогообложение при ввозе/вывозе предметов искусства. Выставочная застройка.

Налогообложение ввоза/вывоза предметов искусства как часть налоговой политики государства. Юридические основы международного налогообложения при ввозе и вывозе предметов искусства, порядок процедуры налогообложения при ввозе и вывозе предметов искусства. Определение культурной ценности предмета искусства.

Галерея как стартап

Галерея как пример инновационного бизнеса. Специфика и основные сложности реализации бизнес-проекта в сфере искусства. Типы функционирования галерей. Поиск источников финансирования, распределение бюджета. Маркетинг и осуществление информационного резонанса. Место галереи в системе искусства: отношения с коллекционерами, критиками, аудиторией и другими культурными институциями.

Организация выставок

О выставках коммерческих и некоммерческих. Понимание цели. Разница между проектом коммерческим и некоммерческим. Музеи и другие государственные арт-институции и галереи. Примеры. Преимущества тех и других. Связка «галерист – художник/куратор – коллекционер». О целях выставок. Цели коммерческих и некоммерческих проектов. Типы выставок. Цели и наполнение пространства. О том, что важно при создании выставки. Отбор работ. Конкретные примеры выставок. Организация пространства выставки, ее дизайн. Архитектор выставки.

Экспозиционный дизайн выставки

Представление об экспозиционном дизайне выставки. Экспозиционный дизайн выставки как архитектурный проект. Технические аспекты работы с дизайном экспозиции, особенности используемых материалов. Работа с художественным контекстом выставки. Работа с пространством. Работа со светом. Работа с цветом. Иллюстрация на примере наиболее удачных кейсов экспозиционного дизайна выставок.

Экспертиза и оценка предметов искусства

Что такое антиквариат? Предмет внимания операторов рынка искусства. Провенанс: как "получается" антиквариат? Что представляет собой антикварный "субстрат"? Влияние происхождения произведения на его стоимость. Операторы рынка экспертизы. Оценка: ее типы и категории. Методология оценки. Стоимостная оценка. Метод оценки дохода. Оценивание по аналогам. Инвестиционная привлекательность. Торговля антиквариатом.

Мотивы покупки старого искусства. "Система вещей" Ж. Бодрийяра. История торговли искусством. Рынок искусства в старой России и в СССР. Складывание современного рынка искусства.

Каталогизирование и описание

Работа с фондами и формирование фондовой документации. Понятия «музейный предмет» и «музейная коллекция», критерии экспертных оценок, позволяющих выделить предметы музейного значения из среды бытования с целью включения в коллекцию музея. Основные правила учета и описания музейного предмета. Понятия «каталогизация» (совокупность работ по созданию каталогов музейных фондов) и «музейный каталог». Различные группы каталогов. Государственный каталог Музейного фонда Российской Федерации.

Рынок антиквариата

Живопись, декоративно-прикладное искусство, букинистика, ювелирные изделия, нумизматика, фалеристика, милитарика, современное искусство. Аукционная и комиссионная формы торговли. Дилерство как особая форма комиссионной торговли. Необходимые и достаточные условия для торговли антиквариатом.

Структура и работа фонда

Цели и задачи, как определяется стратегия действия благотворительных фондов и фондов поддержки культуры. Организационная структура работы фонда. Попечительский совет и правление фонда. Принятие решений и экспертный совет фонда. Тип финансирования фонда. Направления деятельности фонда поддержки искусства и культуры. Как формируется выставочный план. Как управляется коллекция. Как производится учет коллекции. Кадровая политика. PR – политика. KPI – как отслеживается эффективность. Как выстраиваются отношения с художественным сообществом и художественной критикой. Издательская политика

Организация и структура премии

Цели и задачи премии. Правила и сроки проведения, правила участия и критерии отбора. Организационная структура, команда, жюри. Выставочная деятельность премии. Бюджет премии, работа со спонсорами. Роль премии в арт-индустрии России.

Управление коллекцией

Главная идея коллекции. Принцип создания коллекции. Управление и работа с коллекцией. Риски. Стратегии избавления от коллекции.

Рекомендуемая литература:

1. З.Доброва У.П., Челован А.Е. *Цена искусства: роль искусствоведческого анализа в сравнительном методе оценки арт-объекта//Актуальные проблемы российской и зарубежной экономики: Сборник научных работ молодых исследователей. Российский государственный педагогический университет им. А.И.Герцена. Факультет экономики. С-Пб., 2012. С.145-151*
2. *Законодательство РФ. Федеральный закон об оценочной деятельности.*
3. Назаревская Н. *Антикварный рынок в России XVIII-XX вв. - М: ИД "Любимая книга", 2006.*
4. Скатерщиков С. *Руководство по инвестированию в предметы искусства. М: Альпина Бизнес Букс, 2006.*
5. Соловьев В. Д. *Определитель стоимости живописи. Quick Price 2005.*
6. Томпсон Д. *Как продать за \$12 миллионов чучело акулы. - М.: Издательство «Центрполиграф», 2009. - 360 с.*

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.artconsulting.ru>

2. <http://www.fineartway.ru>
3. <http://www.artnet.com>
4. <http://www.artinvestment.ru>
5. <http://www.artprice.com>
6. <http://www.skatepress.com>
7. <http://www.artinfo.com/market-news>

9. ПРАКТИКА УПРАВЛЕНИЯ МУЗЕЕМ

Административная практика деятельности музея

Административная структура музея, организация текущей деятельности, документооборот, горизонтальные и вертикальные связи, сравнение российской и зарубежной практики.

Техническое оснащение музея

Внутренняя структура и техническое оснащение музея.

Основы музейного дела

История музейного дела. Музейное дело в России. Система организации музейного дела. Структура музеев. Виды музейной деятельности. Музейная экспозиция. Экономико-правовые аспекты деятельности музеев. Фандрайзинг в музейном деле.

Стратегии музейного развития

Основные вопросы музея. Какими навыками обладает современный посетитель. Стадии развития музея. Новая музеология. Исследование IMLS. Музеи, библиотеки и навыки XXI века. Что такое стратегия? Основные типы стратегий. Стратегические линии. Стратегические документы. Ценности. Стратегический план: разделы. Финансирование. Концепция: «Большой Эрмитаж», «Концепция развития Всероссийского музея декоративно-прикладного и народного искусства». Важные особенности. Межмузейные проекты.

Частный музей

Частный и государственный музей – основные отличия. Особенности управления частным музеем. Стратегии развития и продвижения.

Практика управлением не художественным музеем

Структура музея. Работа с фондами, музейными экспонатами. Организация выставок. Сотрудничество с другими музеями, институциями. Образовательные программы. Стратегии развития.

10. МЕДИА И КОММУНИКАЦИИ В ИСКУССТВЕ

Специализированные арт-СМИ

Обзор изданий, пишущих об искусстве: категории, отличия. Арт-критика в современных СМИ.

PR & медиапланирование

Основы PR. Как правильно написать пресс-релиз и составить медиа-план. Как работать с базой СМИ: рассылки, мониторинг СМИ, подготовка пресс-отчета. Окружение: арт-менеджеры, художники, партнеры, власть, журналисты, арт-критики. Работа с информационными партнерами. Специфика PR в частной культурной институции и PR в

государственной культурной институции. Неклассический PR. Спецпроекты со СМИ. Спецпроекты с партнерами. Команда, формирование отдела с нуля.

Медиа как искусство и искусство как медиа

Медиа как феномен культуры и искусства. New Media как новая коммуникационная среда. Как создать медиапроект в интернете и заставить его работать.

Рекомендуемая литература:

1. Паперный В. Мос-Анджелес.- М.: Издательство «Новое литературное обозрение», 2004. – 280 с.
2. Манович Л. Язык новых медиа, 2006.

Интернет-ресурсы:

1. http://tvrain.ru/teleshov/artificial_selection
2. http://tvrain.ru/teleshov/ministerstvo_kultury

IV. АВТОРСКИЕ МАСТЕР-КЛАССЫ, ТВОРЧЕСКИЕ ВСТРЕЧИ

Мастер-классы галеристов и деятелей арт-индустрии (Овчаренко Владимир Петрович, Ханкин Дмитрий Владимирович, Жиляев Арсений Александрович, Гутов Дмитрий Геннадьевич, Орлова Милена Вячеславовна и др.)

V. ВЫЕЗДНЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Выездные лекции в Центральный выставочный зал «Манеж», Государственный музей изобразительных искусств им. Пушкина, музей архитектуры им. Щусева, МСИ «Гараж», Мультимедиа Арт Музей, Государственную Третьяковскую галерею, Московский музей современного искусства, Еврейский музей и центр толерантности, Музей Москвы, галерею «Триумф», галерею 11.12, фонд In Artibus, Институт русского реалистического искусства.

VI. ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Выпускная аттестационная работа Порядок подготовки и защиты выпускной аттестационной работы (дипломной работы)

Выпускная аттестационная работа слушателей (далее – дипломная работа) является ключевым завершающим итогом обучения и предназначена для:

- обобщения и систематизации имеющихся у слушателей теоретических знаний и практического опыта в области управления, развития их творческого потенциала как менеджеров, учебной апробации идей и планов, ориентированных на практическое воплощение;
- проведения исследований по актуальным тенденциям развития арт-индустрии, группы компаний, организации (фирмы);
- разработки самостоятельного проекта в области бизнеса, направленного на решение реальных управленческих проблем в рамках конкретной компании или сферы деятельности;
- комплексной оценки полученных слушателем в ходе обучения профессиональных управленческих знаний, навыков и компетенций.

Дипломная работа должна иметь практический и прикладной характер, опираться на принципы цивилизованного, этического и высокопрофессионального отношения к управлению.

Успешная защита дипломной работы является обязательным условием получения диплома АНО ДПО «РМА» о профессиональной переподготовке, удостоверяющего право на ведение профессиональной деятельности в области арт-менеджмента и галерейного бизнеса.

Подготовка дипломной работы состоит из следующих последовательных этапов:

Слушатель на основе изученных учебных курсов, а также с учётом задач, стоящих перед конкретной компанией или его профессиональной деятельностью, самостоятельно формулирует или выбирает из утвержденного примерного списка тем направленность тематики дипломной работы (Приложение 1).

Утверждение темы дипломной работы происходит на собрании преподавателей бизнес-школы РМА, на котором слушатель излагает:

- тему дипломной работы;
- объект и предмет исследования;
- цель и задачи дипломной работы;
- основную идею дипломной работы.

Для выпускных аттестационных работ тема должна формулироваться таким образом, чтобы ответить на вопросы:

Что? – В формулировке темы должно содержаться наименование и раскрываться содержательная сущность идеи, подлежащей внедрению (освоению, продвижению на рынок и т.п.).

Зачем? – Тема должна отражать основную цель работы, достигаемую при внедрении (реализации) идеи.

Как? – Из предлагаемой формулировки должно быть ясно, каким образом достигается цель внедрения (реализации) идеи, на основе каких подходов (методов), или при помощи каких технических (технологических, инструментальных и др.) средств обеспечивается внедрение (реализация) идеи.

Кроме того, в теме работы должна указываться конкретная организация, на базе которой выполнена работа.

Ключевыми словами, определяющими идею работы, могут быть:

- новый продукт (его название);
- новый вид услуг (их название);
- новая технология (конкретно, какая именно);
- новая техника (конкретно, какая именно);
- новые системы управления (конкретно, какие именно);
- новые методы управления (конкретно, какие именно) и т.п.

Ключевыми словами, характеризующими процесс внедрения или коммерциализации идеи, могут быть: «освоение», «внедрение», «разработка», «совершенствование», «проектирование», «организация», «повышение», «формирование», «управление» и т. п. Тема должна быть сформулирована по следующей схеме:

Повышение конкурентоспособности	На основе	Внедрения	Характеристика идеи:	в	[Наименование организации]
Формирование нового бизнеса		Освоения	[нового продукта]		
Развитие		Разработки	[новой услуги]		
Оптимизация текущей деятельности		Совершенствования	[новой технологии]		
		Проектирования	[новой системы]		
		Организации	[концепции]		
		Управления			

По итогам выступления всех слушателей оформляется протокол с темами дипломных работ и списком рекомендованных консультантов. Выбор консультанта, а также согласование с ним возможности совместной работы над проектом осуществляется самим слушателем.

Тема дипломной работы утверждается генеральным директором бизнес-школы RMA на основании заявления слушателя. В случае не утверждения темы дипломной работы слушателю дается 5 дней для дополнительного согласования темы и переоформления заявления.

Выполнение дипломной работы:

Слушатель осуществляет работу над дипломным проектом на основе плана, согласованного с руководителем факультета.

За достоверность информации и обоснованность сформулированных в дипломной работе выводов и рекомендаций ответственность несет слушатель.

При обнаружении фактов плагиата и заимствований из других информационных источников, не имеющих соответствующих ссылок, по решению учебно-методической комиссии дипломная работа не допускается к защите, или, если факты плагиата обнаружены после допуска к защите, ставится неудовлетворительная оценка.

Слушатель в установленные сроки обязан представить 80-90% готовности материала и презентацию дипломной работы на промежуточную аттестацию (предзащиту). Предзащита является обязательной формой предварительной оценки и апробации выпускной аттестационной работы. Целью предзащиты является определение готовности проекта выпускной аттестационной работы к защите. Бизнес-школа RMA организует предзащиту согласно утвержденному плану. Создается комиссия, в которую входят научные консультанты и руководство факультетов. Для слушателей, не прошедших промежуточную аттестацию в установленный срок, решение о переносе предзащиты принимает руководитель учебного отдела совместно с руководителем факультета на основе письменного заявления слушателя.

Слушатель после прохождения промежуточной аттестации не позднее установленного срока сдает готовую дипломную работу в 2-х экземплярах, сброшюрованных в отдельное издание при помощи «гребенки» или твердого переплета, и ее электронную версию на диске в учебный отдел бизнес-школы RMA для допуска к защите.

Защита выпускной работы проводится согласно утвержденному графику (см. Приложение 5).

Структура и содержание дипломной работы.

Дипломная работа должна иметь следующую структуру и содержание:

- титульный лист;
- аннотация;
- оглавление (содержание);
- введение;
- основная часть (три главы);
- заключение;
- библиографический список (список литературы);
- приложения.

Аннотация. Должна быть объемом не более одной страницы. Она включает краткое описание структуры работы, общий объем – количество страниц, количество графиков, таблиц, рисунков, количество использованных источников информации.

Содержание. В содержании в хронологической последовательности даются все названия структурных элементов дипломной работы с указанием номеров страниц, на которых они помещены: введение, главы, параграфы, заключение, список литературы, приложения.

Содержание оформляется на одном машинописном листе, нумерация страниц начинается с титульного листа (на титульном листе номер не ставится).

Введение. Во введении необходимо отразить следующее:

1. Актуальность темы дипломной работы.
2. Формулировку проблемы, которая требует решения, и состояние этой проблемы на данный момент времени в литературе (со ссылкой на работы ведущих специалистов в этой области) и практике (законодательство, статистика, организационное обеспечение и др.).
3. Постановку цели и задач дипломной работы.
4. Обоснование предмета и объекта исследования.
5. Указание методов исследования.
6. Краткое описание логики работы.

Объем введения не должен превышать 3-5 стр. машинописного текста.

Основная часть. Основная часть состоит из трех глав.

Первая глава является теоретической.

Она должна содержать:

1. Изложение основных теоретических положений, определяющих сущность и содержание предмета исследования, исходя из целей и задач дипломной работы.
2. Анализ теории и практики по выбранной теме и определение наиболее важной проблемы, требующей первоочередного решения, структуризацию объекта исследования, классификацию факторов.
3. Рассмотрение точек зрения ведущих специалистов по выбранной проблеме (обзор литературы).
4. Анализ возможных направлений, средств и методов решения указанной проблемы.
5. Определение логики решения проблемы.

Первая глава должна обеспечивать теоретическую основу для второй и третьей глав. С этой целью слушатель излагает в ней только тот теоретический материал, который ему потребуется для решения практических вопросов, определенных целями и задачами дипломной работы. При этом слушатель критически осмысливает разные теории на предмет подтверждения их практикой в части решения тех или иных экономических проблем. Об уровне качества материала этой главы обычно свидетельствует перечень литературных источников, на который должны быть ссылки по тексту.

В конце первой главы должны быть сделаны выводы, освещающие результаты исследования по каждому из ее параграфов.

Вторая глава предполагает диагностику объекта исследования. В этой главе анализируется отечественная и зарубежная практика решения рассматриваемой проблемы. При этом выбор объекта сравнения необходимо обосновать. Анализ решения проблемы должен содержать не только положительные (позитивные), но и отрицательные (негативные) оценки. Глава должна содержать краткую характеристику этого объекта (описание объекта, его экономический потенциал, степень использования ресурсов, эффективность функционирования, рейтинг в системе аналогичных объектов и пр.).

Далее следует выполнить анализ текущего состояния объекта (за последние 2-3 года), выявить тенденции развития объекта, дать оценку этим тенденциям. Произвести комплексный экономический анализ и поиск резервов повышения эффективности хозяйственной деятельности объекта, выполнить необходимые технико-экономические расчеты, оценить экономическую эффективность деятельности объекта, а также выполнить другие расчеты, необходимые в контексте исследования. Рекомендуется предложить бизнес-план проекта по развитию объекта и произвести его расчет.

Качественный и особенно количественный анализ проблемы в значительной степени зависит от полноты и достоверности информационной базы, используемой при подготовке выпускной аттестационной работы. Получение доступа к этим базам является одной из задач, решаемых самостоятельно и в сотрудничестве с научным консультантом и преподавателями.

По итогам исследования следует сделать выводы, которые должны подчеркнуть негативные тенденции в развитии объекта исследования, подтвердить наличие проблемы, выявленной в первой главе и констатировать необходимость ее решения.

Во второй главе необходимо:

Обосновать организационно-правовую форму объекта исследования;

Составить организационную структуру;
Составить дерево целей проекта;
Провести SWOT анализ;
Провести анализ угроз и возможностей по результатам проведенного SWOT анализа;
Сделать PEST анализ;
Сделать общие выводы и обозначить долгосрочные, среднесрочные и краткосрочные цели и перспективы проекта

В **третьей главе** целесообразно предложить и проанализировать ряд мероприятий, направленных на решение указанной проблемы. Основная задача в этой главе – произвести расчет минимум одного мероприятия. Расчеты можно выполнять, исходя из потребностей оценки мероприятий. Как правило, они сводятся к оценке экономической и социально-экономической эффективности мероприятия.

Если слушатель не может предложить собственное решение проблемы, то он должен изучить отечественный и зарубежный опыт по рассматриваемой проблеме, рекомендации ученых и практиков, опубликованные в печати, и выбрать из них те варианты мероприятий, которые можно реально осуществить в сложившихся условиях и которые принесут наибольшую пользу, а также произвести оценку приоритетности тех или иных направлений мероприятий с последующим расчетом. В любом случае, слушатель должен представить попытку стратегического видения (решения) исследуемой проблемы.

В третьей, расчетной части необходимо:

Выбрать режим налогообложения (учитывая организационно-правовую форму, выбранную в аналитической части работы);

Составить бюджет проекта (проектов);

Составить бюджет доходов и расходов фирмы (с учетом выбранного режима налогообложения);

Обосновать норму дисконта для экономических расчетов;

Провести анализ экономической эффективности проекта с учетом обоснованной нормы дисконта.

Обязателен расчет показателей:

NPV - чистый дисконтированный доход (Net Present Value)

IRR – внутренняя норма прибыли (Internal rate of return)

PI – индекс прибыльности инвестиций (Profitability Index)

DPP- дисконтированный период окупаемости (Discounted Playback Period)

По результатам расчетов и оценок в третьей главе необходимо сделать соответствующие выводы.

Заключение. В этой части дипломной работы излагаются основные результаты исследования, выполненного слушателем. Заключение пишется на основе выводов, сделанных по каждой главе дипломной работы.

Список литературы. В список должна быть включена только та литература, которая непосредственно использована дипломником и обязательно та литература, на которую имеются сноски в дипломной работе.

Каждый источник в списке литературы должен быть пронумерован. В научной литературе допускается использование различных систем организации библиографического аппарата, однако для дипломных работ предпочтителен вариант внутритекстовых ссылок с расположением литературных источников в следующем порядке:

Законодательная литература и нормативно-правовые документы;

Монографии, научные статьи и материалы научных конференций в алфавитном порядке;

Материалы хозяйствующих субъектов в алфавитном порядке;

Книги и статьи иностранных авторов в алфавитном порядке на языке оригинала;

Ссылки на электронный адрес.

Оформление каждого источника информации в списке литературы производится в соответствии с существующими требованиями;

Приложение. Назначение этого раздела - дать более развернутое, чем в основной части дипломной работы, представление о тех источниках и промежуточных материалах, с которыми работал слушатель. С помощью приложений доказываются достоверность исходных данных, проводимых расчетов, повышается аргументированность выполненного анализа и сделанных предложений. Этот раздел позволяет слушателю варьировать объем основной части дипломной работы, вынося в приложения все вспомогательные расчеты и построения.

Приложения располагаются в порядке появления на них ссылок в дипломной работе. Каждое приложение начинается с нового листа и содержит в правом верхнем углу слово «Приложение», напечатанное прописными буквами. При наличии в работе нескольких

приложений каждое из них нумеруется. Если на одном листе может быть помещено несколько рисунков или таблиц, то они также нумеруются в пределах каждого приложения. Объем приложений и их количество не ограничено. Нумерация страниц приложений является сквозной.

При ссылке в тексте на материалы приложения следует напечатать слово «приложение» или сокращенно «прил.». обычновенным шрифтом, поставить его номер, а если необходимо, то и указать номер таблицы или рисунка в нем.

Требования к оформлению выпускной работы

Работа начинается с титульного листа.

При оформлении дипломной работы необходимо иметь в виду следующее:

- главы должны быть пронумерованы арабскими цифрами. Каждую главу следует начинать с новой страницы;
- параграфы следует нумеровать арабскими цифрами в пределах каждой главы (например: "3.1" - первый параграф третьей главы);
- "Введение", "Заключение" не нумеруются как главы;
- нумерация страниц работы должна быть сквозной; при этом следует иметь в виду, что 1 страница - титульный лист, 2 страница - аннотация; Номер проставляется внизу, по центру страницы;
- таблицы должны нумероваться арабскими цифрами и иметь заголовки;
- качественная дипломная работа подразумевает наличие ссылок на использованную литературу по тексту работы.

Ссылки нумеруются в квадратных скобках в виде цифры, соответствующей номеру источника в списке литературы, на который ссылаются. Сноска, кроме номера источника, может включать и конкретную страницу источника.

Дипломную работу разрешается представлять к защите на листах А4 объемом не менее 50 страниц односторонней печати (без учета приложений), напечатанную на компьютере шрифтом Times New Roman 14 через полтора интервала*. Текст работы должны ограничивать поля: сверху листа - 20 мм, снизу - 20 мм, справа - 10 мм, слева - 30 мм.

Выпускная работа брошюруется в виде отдельного издания при помощи «гребенки» или твердого переплета.

* Шрифт может отличаться в заголовках, названиях таблиц и рисунков, внутри таблиц и рисунков.

Защита выпускной работы

1. Защита выпускной аттестационной работы происходит в виде публичной презентации на заседании выпускной аттестационной комиссии. Руководит защитой Председатель. Процедуру защиты обеспечивает секретарь.

Защита включает презентацию автором выполненной дипломной работы, его ответы на вопросы членов комиссии, дискуссию по проблемам, затронутым в работе, ознакомление комиссии с отзывом научного консультанта (при наличии). Отзыв должен отразить сильные и слабые стороны выпускной работы, ее соответствие установленным требованиям и завершаться оценкой («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). Присутствующий на защите научный консультант может выступить и дать также устную оценку выпускной работе.

Дипломная работа слушателем защищается публично. На защите может присутствовать любой слушатель, но только с предварительной аккредитацией у руководителя факультета. Защита выпускной аттестационной работы - официальное публичное мероприятие, требующее официальной формы одежды.

2. Структура презентации должна отвечать основным идеям и выводам, сделанным в выпускной аттестационной работе (Продолжительность презентации дипломной работы составляет 7 - 10 минут).

В презентации должны найти отражение:

- актуальность темы дипломной работы;
- цель дипломной работы, включая практическую часть;
- объект исследования (часть системы управления, которая рассматривается в работе);
- предмет исследования;
- логика (что определило порядок изложения материала) и структура (из каких частей состоит работа) исследования;
- суть и особенности разрабатываемого бизнес-проекта;
- основные количественные и качественные результаты;
- выводы и рекомендации из полученных результатов, их практическая значимость.

3. Процедура оценки дипломной работы.

Решение комиссии об оценке дипломной работы принимается на закрытом заседании по завершении всех назначенных на этот день защит с учетом:

- отзыва научного консультанта (при наличии);
- содержания вступительного слова;
- ответов на поставленные вопросы;

Защита выпускной аттестационной работы имеет целью оценить готовность выпускника к профессиональной деятельности.

Применяются следующие критерии оценки дипломной работы на ее защите:

- соответствие ее утвержденным требованиям (структуре и содержанию);
- степень разработки конкретных вопросов темы работы, а также значимость и обоснованность сделанных выводов и предложений;
- зрелость выступления выпускника (включая логику изложения, полноту и качество ответов на вопросы).

По результатам защиты, по итогам открытого голосования членов комиссии выставляется дифференцированная оценка: "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно". При равном числе голосов – голос председателя комиссии является решающим.

Процедура защиты дипломных работ оформляется протоколом, который подписывается председателем и членами комиссии, и результаты объявляются председателем аттестационной комиссии в тот же день.

Оценка, полученная слушателем на защите, фиксируется в протоколе и выносится в приложение к диплому с указанием темы дипломной работы.

4. Перенос сроков защиты (повторная защита).

В случае защиты дипломной работы на оценку «неудовлетворительно», комиссия решает, может ли слушатель представить к защите ту же работу с доработкой, или обязан разработать новую тему. Слушатель, получивший на защите неудовлетворительную оценку, отчисляется. Он допускается к повторной защите в течение трех лет после окончания программы, но не более двух раз. При отчислении слушатель получает справку установленного образца о прохождении программы профессиональной переподготовки.

Примерная тематика выпускных аттестационных работ

1. Организация и продвижение фестиваля современного искусства
2. Организация и продвижение ярмарки современного искусства
3. Организация мероприятий по управлению частной коллекцией
4. Организация мероприятий, направленных на привлечение аудитории и формирование лояльности к выставочному пространству
5. Организация работы и управление в галерее
6. Разработка бизнес-плана Интернет-ресурса по современному искусству
7. Разработка концепции выставочного проекта
8. Разработка концепции галереи
9. Разработка системы мероприятий по продвижению карьеры художника
10. Разработка системы мероприятий по продвижению музея
11. Разработка системы мероприятий по реализации выставочного проекта
12. Разработка системы мероприятий по развитию и продвижению арт-туризма
13. Создание и продвижение арт-резиденции
14. Создание и продвижение аукциона
15. Создание и продвижение галереи
16. Создание и продвижение галерейного бренда
17. Создание индивидуальной стратегии
18. Создание концепции некоммерческого проекта
19. Создание попечительского совета

ГЛОССАРИЙ

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Абстракционизм - (от лат. *abstractio* — удаление, отвлечение) — направление нефигуративного искусства, отказавшегося от приближённого к действительности изображения форм в живописи и скульптуре. Одна из целей абстракционизма — достижение «гармонизации», создание определённых цветовых сочетаний и геометрических форм, чтобы вызвать у созерцателя разнообразные ассоциации. Основоположники – Василий Кандинский, Казимир Малевич, Наталья Гончарова и Михаил Ларионов, Пит Мондриан.

Актуальное искусство (от англ. *contemporary art*) – термин, использовавшийся в России в 90-х годах, который во многом схож, но не тождественен по смыслу термину «современное искусство». Под актуальным искусством участники художественного процесса в России подразумевали новаторское современное искусство (в плане идей и/или технических средств). Актуальное искусство быстро устарело, и вопрос вхождения его в историю современного искусства 20-го или 21-го столетия открыт. Участники художественного процесса в России наделяли определение «актуальное искусство» смыслом, которое в свое время приписывалось авангардизму (новаторство, радикальность, использование новых техник и приемов).

Акционизм — форма современного искусства, возникшая в 1960-е годы. Акция становится общим понятием для художественных практик, в которых акцент переносится с самого произведения на процесс его создания. В акционизме художник как правило становится субъектом и/или объектом художественного произведения. Близкими к акционизму формами являются хэппенинг, перформанс, искусство действия, искусство демонстрации и ряд других форм.

Апроприация (англ. *appropriation* или англ. *appropriation art*, в русском языке также встречается определение *апроприационизм*) — термин в истории искусства и критике, относящийся к более или менее прямому использованию в произведении искусства реальных предметов или даже других, уже существующих произведений искусства.

Арт-дилер (от англ. *art dealer* от *art* — искусство и *deal* — сделка, поступок, договор, торговля) — новое обозначение традиционной профессии торговца произведениями искусства, антиквара, получившее в конце XX в. более широкое толкование. Арт-дилер призван соединить художника и его зрителя, находить каждый раз новые, единственные в своем роде связи конкретного "производителя" и "потребителя" произведения искусства.

Арте повера (от итал. *arte povera* — бедное искусство) – направление в искусстве, использовавшее случайные, найденные предметы: палки, кирпичи, куски ржавого железа.

Ассамбляж (от фр. *assemblage*) — техника визуального искусства, родственная коллажу, но использующая объёмные детали или целые предметы, скомпонованные на плоскости как картина. Допускает живописные дополнения красками, а также металлом, деревом, тканью и другими структурами. Иногда применяется и к другим произведениям, от фотомонтажей до пространственных композиций, поскольку терминология новейшего визуального искусства не вполне устоялась.

Аукцион - публичная продажа произведений искусства и других объектов, которая производится по заранее установленным правилам аукциона. Самые известные аукционные дома, специализирующиеся на произведениях искусства и антиквариате – Кристис, Сотбис, Филлипс де Пюри.

Биеннале - (от лат. *bis* — дважды, *annus* — год) — выставка, фестиваль или творческий конкурс, проходящие раз в два года. Самая известная биеннале — Венецианская, — существует с 1895 года. В России проходит Московская биеннале современного искусства.

Венский акционизм (*Wiener Aktionismus*) — радикальное и провокационное движение, связанное с деятельностью группы австрийских художников, работавших вместе на протяжении 1960-х. Творчество венских акционистов развивалось одновременно, но в значительной степени независимо от других авангардных движений эпохи, отрицавших традиционные формы искусства.

Видео-арт — направление в медиаискусстве, использующее для выражения художественной концепции возможности видеотехники, компьютерного и телевизионного изображения. Основоположником видео-арта является американо-корейский художник Нам Джун Пайк.

Галерея современного искусства — художественная галерея, занимающаяся современным искусством. Галереи в сегодняшнем понимании возникают в России в 1980-х годах. В 90-е годы XX века в Москве сформировались галереи современного искусства, которые предлагали посетителям познакомиться с выставками различных работ, а также осуществляли прямые продажи этих работ непосредственно в галерею. С развитием арт-рынка ряд российских галерей современного искусства объединили свои усилия по продаже работ в едином пространстве Винзавода: Айдан галерея, Галерея «Риджина», Галерея Марата Гельмана, XL Галерея и др.

Гиперреализм — течение в современном искусстве (живописи и скульптуре) 1990—2000-х годов, а также в творчестве европейских фотореалистов 1970-х годов. Слово «гиперреализм» было придумано Isy Brachot в 1973 как французский синоним слова «фотореализм». «Гиперреализм» стал названием большого каталога и выставки в Брюсселе в том же 1973 году. На выставке преимущественно были представлены работы американских фотореалистов, но также были включены работы ряда значительных европейских художников, таких как: Гноли (Gnoli), Герхард Рихтер, Клафек (Klarheck) и Делкол (Delcol).

Дадаизм, или **дада** — модернистское течение в литературе, изобразительном искусстве, театре и кино, зародившееся во время Первой мировой войны в нейтральной Швейцарии, в Цюрихе (Кабаре Вольтер). Существовало с 1916 по 1922 г. Основатель течения поэт Тристан Тцара.

Деконструкция (от лат. *de* - обратно и *constructio* - строю; переосмысление) — понятие современной философии и искусства, означающее понимание посредством разрушения стереотипа или включение в новый контекст.

Дискурс (фр. *discours*) - в общем смысле — речь, процесс языковой деятельности.

Джентрификация (от англ. *gentrification*) — реконструкция и обновление строений в прежде нефешенебельных городских кварталах либо согласно программе запланированного городского восстановления, либо в результате решений, принимаемых профессионалами и управляющими. В России одним из первых московских опытов джентрификации стал культурный центр «АРТСтрелка», существовавший в 2004–2009 годах в западной части острова Балчуг в центре Москвы.

Живопись действия (от англ. *Action Painting*) — художественная техника, применявшаяся некоторыми представителями абстрактного экспрессионизма. Суть живописи действия заключается в том, что вместо нанесения традиционными способами (например, посредством кисти) краска наливается, разбрызгивается и пр.

Инсталляция (от англ. *installation* — установка, размещение, монтаж) — форма современного искусства, представляющая собой пространственную композицию, созданную из различных элементов и являющую собой художественное целое. Основателями инсталляции были Марсель Дюшан и сюрреалисты.

Институция - организация, которая занимается искусством, обслуживает его или продает, (галерея, издательство, художественная школа и прочее).

Интерпретация — индивидуальная трактовка автором/критиком художественного произведения.

Каталог выставки - каталог, содержащий перечень, описание и фото предметов искусства, экспонируемых на выставке.

Кинетизм - направление искусства, работающее с движущимися механизмами.

Коллаж (от фр. *collage* — приклеивание) — технический приём в изобразительном искусстве, заключающийся в создании живописных или графических произведений путем наклеивания на какую-либо основу предметов и материалов, отличающихся от основы по цвету и фактуре.

Концептуальное искусство, концептуализм (от лат. *conceptus* — мысль, представление) — направление постмодернизма, оформившееся в конце 60-х — начале 70-х годов XX века в Америке и Европе. В концептуализме концепция произведения важнее его физического выражения, цель искусства — в передаче идеи. Концептуальные объекты могут существовать в виде фраз, текстов, схем, графиков, чертежей, фотографий, аудио- и видеоматериалов. Объектом искусства может стать любой предмет, явление, процесс, поскольку концептуальное искусство представляет собой чистый художественный жест. Один из основоположников течения американский художник Джозеф Кошут.

Креативный кластер (*creative cluster*) — понятие, окончательно сформированное Саймоном Эвансом, куратором программы ЮНЕСКО Creative Cities. В его понимании это сообщество творчески-ориентированных предпринимателей, которые взаимодействуют на замкнутой территории. Проще говоря, заброшенный завод в центре города — идеальное место обитания дизайнеров, журналистов, музыкантов и художников, для которых высокие потолки и возможность работать круглые сутки подчас важнее бытового комфорта.

Куратор – специалист в области современного искусства, который определяя актуальность той или иной темы, создает общую концепцию арт-проекта, разрабатывает стратегию его развития, собирает группу художников под выбранную концепцию и организует условия для воплощения проекта в том или ином виде. Сфера деятельности куратора зависит от масштаба проекта. Часто в больших международных проектах создается группа кураторов, между которыми распределяются обязанности. В современном искусстве куратор чаще всего выступает как организатор художественного процесса в рамках конкретного проекта.

Лэнд-арт (от англ. *land art* — ландшафт-искусство), направление в искусстве, возникшее в США в конце 1960-х годов, в котором создаваемое художником произведение было неразрывно связано с природным ландшафтом.

Медиаискусство — это вид искусства, произведения которого создаются и представляются с помощью современных информационно-коммуникационных (или медиа) технологий, преимущественно таких как видео, компьютерные и мультимедиа технологии, интернет. Отдельные группы произведений часто характеризуют, как «искусство новых медиа», «электронное искусство», «цифровое искусство». К медиаискусству относятся видео-арт, саунд-арт, медиаскульптура, медиафасад).

Медиапланирование - выбор оптимальной программы размещения рекламного материала. В качестве критерия оптимальности используют, как правило, один или несколько параметров коммуникативной эффективности плана рекламной кампании.

Месседж - то, что художник хотел сказать своей работой.

Минимализм (от англ. *Minimalism*), или **искусство ABC** (англ. *ABC Art*) — художественное течение, возникшее в Нью-Йорке в 1960-х годах. В теории искусства обычно рассматривается как реакция на художественные формы абстрактного экспрессионизма, а также на связанные с ним дискурс, институции и идеологии. Искусство минимал-арта обычно включало в себя геометрические формы, очищенные от всякого символизма и метафоричности, повторяемость, нейтральные поверхности, промышленные материалы и способ изготовления. К художникам-минималистам относятся Карл Андре, Дэн Флавин, Сол Ле Витт, Дональд Джадд, Роберт Моррис.

Модернизм (от итал. *modernismo* — современное течение; от лат. *modernus* — современный, недавний) — направление в искусстве XX века, характеризующееся разрывом с предшествующим историческим опытом художественного творчества, стремлением утвердить новые нетрадиционные начала в искусстве, непрерывным обновлением художественных форм, а также условностью (схематизацией, отвлечённостью) стиля. Наиболее значительными модернистскими тенденциями были импрессионизм, модерн, экспрессионизм, нео- и постимпрессионизм, фовизм, кубизм, футуризм, а также более поздние течения — абстрактное искусство, дадаизм, сюрреализм. Модернистская парадигма была одной из лидирующих в западной цивилизации первой половины XX века; во второй половине века она была подвергнута развёрнутой критике.

Московский акционизм — художественная ситуация, сложившаяся в Москве в 1990-х годах усилиями ряда художников-акционистов. Наиболее яркими представителями этого течения являются художники Олег Кулик, Александр Бренер, Анатолий Осмоловский, Авдей Тер-Оганьян, Олег Мавроматти.

Московский концептуализм — направление начавшееся в неофициальном искусстве СССР в начале семидесятых годов 20-го века. Термин возник в 1979 году благодаря статье Бориса Гройса «Московский романтический концептуализм», опубликованной в журнале «А — Я». Также это направление иногда именуют «московской концептуальной школой». Московский концептуализм состоит из двух чётко выявленных ветвей: литературоцентричной, то что Б. Гройс впоследствии назвал «Московский романтический концептуализм» и аналитической.

Музеефикация - превращение предмета или произведения в музейную ценность.

Нарратив (англ. и фр. *narrative* — рассказ, повествование) - понятие философии постмодернизма, означающее повествование. Нарративное искусство — то, которое рассказывает какую-то историю.

Нонконформизм - искусство, противостоящее установкам официальной власти.

Объект - предмет, представленный как произведение искусства.

Оп-арт - искусство, которое играет с оптическими эффектами.

Паблик-арт (от англ. *public art* - общественное искусство; искусство в общественном пространстве) — искусство в городской среде, ориентированное на неподготовленного зрителя и подразумевающее коммуникацию с городским пространством. Термин «паблик-арт» относится к произведениям искусства, которые были созданы специально для расположения и демонстрации в общественном месте, чаще всего под открытым небом.

Перформанс (англ. *performance* — исполнение, представление, выступление) — форма современного искусства, в которой произведение составляют действия художника или группы в определённом месте и в определённое время. К перформансу можно отнести любую ситуацию, включающую четыре базовых элемента: время, место, тело художника и отношение художника и зрителя. В этом заключается отличие перформанса от таких форм изобразительного искусства, как картина или скульптура, где произведение определяется выставленным объектом.

Пиар кампания - стратегия продвижения проекта на рынок. Предполагает использование различных инструментов продвижения – СМИ, PR-деятельность, менеджмент, деловые связи и др.

Поп-арт (от англ. *pop-art*, сокращение от *popular art*) — направление в изобразительном искусстве 1950—1960-х годов, возникшее как реакция на абстрактный экспрессионизм, использующее образы продуктов потребления.

Постмодернизм (от фр. *postmodernisme* — после модернизма) - искусство, в котором свободно смешиваются различные стили прошлых эпох. Еще недавно считалось определяющим для современного искусства.

Пресс-конференция – форма организации общения с СМИ, имеющая целью представить СМИ фактографическую, проблемную и комментирующую информацию о представляемом арт-проекте.

Реди-мэйд (от англ. *ready* «готовый» и англ. *made* «сделанный») — техника в искусстве, при которой автор представляет в качестве своего произведения некоторый объект или текст, созданный не им самим.

Репрезентация (от лат. *repraesentatio*, от *re*, и *praesentare* представлять) — представленность, изображение, отображение одного в другом или на другое, то есть речь идет о внутренних структурах, формирующихся в процессе жизни человека, в которых представлена сложившаяся у него картина мира, социума и самого себя.

Саунд-арт (от англ. *sound art* – звуковое искусство) — вид междисциплинарного искусства, материалом которого является звук.

Современное искусство (англ. *contemporary art*; в 90-х годах в ходу был перевод «актуальное искусство») — совокупность художественных практик, сложившихся во второй половине XX века. Обычно под современным искусством понимают искусство, восходящее к модернизму, или находящееся в противоречии с этим явлением.

Соц-арт - советское неофициальное искусство, обыгрывающее образы и лозунги официальной пропаганды.

Стрит-арт (англ. *street art* — уличное искусство) — изобразительное искусство, отличительной особенностью которого является ярко выраженный урбанистический стиль. Основной частью стрит-арта является граффити, но нельзя считать, что стрит-арт это и есть граффити. К стрит-арту также относятся постеры (некоммерческие), трафареты, различные скульптурные инсталляции и т. п.

Сюрреализм (фр. *surréalisme* — сверхреализм) — направление в искусстве, сформировавшееся к началу 1920-х во Франции. Отличается использованием аллюзий и парадоксальных сочетаний форм. Основателем и идеологом сюрреализма считается писатель и поэт Андре Бретон.

Трансавангард — течение в европейском искусстве. Термин был введен в 1979 году итальянским критиком Акилле Бонито Олива и буквально означал «после авангарда». Понятием трансавангарда впервые было определено творчество итальянских художников, работавших в неоекспрессионистической манере.

Фандрайзинг - целенаправленный систематический поиск спонсорских (или иных) средств для осуществления арт-проектов и поддержки значимых институций.

Финисаж – закрытие выставки.

Хэппенинг, или **хеппенинг** (от англ. *happening*) — форма современного искусства, представляющая собой действия, события или ситуации, происходящие при участии художника, но не контролируемые им полностью. Хэппенинг обычно включает в себя импровизацию и не имеет, в отличие от перформанса, четкого сценария. Одна из задач хэппенинга — преодоление границ между художником и зрителем. Основателем хэппенинга как представления с элементами случайности является Джон Кейдж, который осуществил первый хэппенинг в 1952 году.

Эстимейт - предварительная оценка произведения на аукционе.

РУССКОЯЗЫЧНЫЕ СОКРАЩЕНИЯ, ТЕРМИНЫ И АББРЕВИАТУРЫ

ММОМА - Московский музей современного искусства

ММАМ – Мультимедиа Арт Музей

ГЦСИ – Государственный центр современного искусства

ЦСИ – центр современного искусства

МСИ – музей современного искусства

АНГЛО-РУССКИЙ СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТА

Application - форма заявки на участие в арт-ярмарке, грантовой программе и т.д.

Artist-run space - обычно галерейное пространство, руководимое художниками, воспроизводящее структуру публичной или частной художественной галереи. В основном, artist-run spaces реализовываются как часть городской регенерации, зачастую выступая агентами джентрификации.

Booth - выставочный стенд.

Digital art –цифровое искусство.

Experience – опыт переживания.

MoMA (Museum of Modern Art) – Музей современного искусства в Нью-Йорке.

Press wall – сборная рекламная конструкция используемая внутри помещений и выставочных залов, на которой указаны логотипы главных спонсоров и партнеров мероприятия.

Ready-made (от англ. *ready* «готовый» и англ. *made* «сделанный») — техника в искусстве, при которой автор представляет в качестве своего произведения некоторый объект или текст, созданный не им самим.

Science art – вид современного искусства, где художники используют достижения науки и часто сами являются одновременно учеными (например, физиками, математиками, биологами и т.д.).

White cube - выставочная концепция, согласно которой объекты искусства выставляются в белом пространстве. С 20-х годов XX века принято представлять предметы искусства, особенно современного, на белом фоне, для того чтобы архитектура выставки не заслоняла собой произведение искусства и чтобы избежать какого-либо взаимодействия между архитектурой и произведением искусства.

Workshop – мастерская, семинар, объединяющий группы людей, поддерживающих некую общую идею.

**Правила внутреннего распорядка
слушателей программ профессиональной переподготовки
«Арт-менеджмент и галерейный бизнес»**

Данные Правила призваны способствовать укреплению дисциплины в период обучения по программе профессиональной переподготовки, повышению эффективности учебного процесса.

Обязанности Слушателей:

1. Посещать все аудиторные и выездные занятия в назначенное время без опозданий согласно расписанию. При посещаемости менее чем 50% (пятьдесят процентов) от общего количества аудиторных часов в соответствии с учебным планом, Слушатель не допускается к защите выпускной дипломной работы.

2. Выполнять в установленные сроки все задания, предусмотренные учебным планом и программами.

3. Проходить в установленные сроки текущую аттестацию, предусмотренную действующими рабочими планами, программами дисциплин и расписанием занятий. При наличии двух академических задолженностей (зачетов и/или экзаменов) Слушатель не допускается к сдаче последующих зачетов и экзаменов до ликвидации имеющихся задолженностей.

4. Своевременно и точно исполнять распоряжения администрации и преподавателей, не допускать нарушений дисциплины.

5. Соблюдать требования техники безопасности, поддерживать чистоту и порядок в помещениях проведения занятий.

6. Не наносить ущерб имуществу учебного заведения. Слушатель несет материальную ответственность за любой причиненный им ущерб.

7. Соблюдать принятые требования к внешнему виду: аккуратность, деловой стиль одежды.

8. Уважительно относиться к окружающим, соблюдать требования делового этикета в общении.

9. В случае необходимости покинуть аудиторию во время занятия, Слушатель имеет право выйти, но возврат в аудиторию может быть осуществлен только после перерыва между занятиями.

Слушателю запрещается:

Производить аудио и видео съемку во время занятий;

Приводить на занятия посторонних лиц. Посторонним считается лицо, не являющееся слушателем или выпускником программы переподготовки «Арт-менеджмент и галерейный бизнес»;

Находиться в верхней одежде в аудитории. Верхняя одежда должна быть сдана в гардероб;

Громко разговаривать и шуметь в коридорах и аудиториях во время проведения занятий;

Пользоваться во время занятий мобильными телефонами. Вся аппаратура, функционирование которой сопровождается звуковыми сигналами, подлежит отключению;

Курить в помещениях. Курение разрешено только в специально обозначенных знаком «место для курения» местах.

Употреблять алкогольные напитки, играть в азартные игры в помещениях;

Приносить продукты питания и принимать пищу в учебных аудиториях и других не предназначенных для этого местах.

Входить в аудиторию после начала занятия. Для всех опоздавших будет предоставлена единовременная возможность входа в аудиторию через 20 минут после начала занятия, или после перерыва.

ПОЛОЖЕНИЕ

Об использовании и хранении Слушателями информации, предоставляемой Бизнес-школой RMA

Общие положения.

1.1 Данное Положение определяет порядок использования и хранения Слушателями Бизнес-школы RMA (далее по тексту – Организация) информации, передаваемой в процессе обучения по программам профессиональной переподготовки. Передача информации обусловлена сотрудничеством сторон в сфере дополнительного профессионального образования.

1.2. Вся информация, выдаваемая и передаваемая Организацией Слушателю в какой-либо форме согласно Договору, учебному плану, программами дисциплин является исключительной собственностью Организации.

1.3. Во всем, что не предусмотрено настоящим Положением, Стороны руководствуются действующим законодательством РФ.

Слушателю запрещается в процессе обучения и после его окончания:

2.1. использовать методики преподавания, разработанные Организацией;

2.2. любым способом распространять информацию, которую Организация считает конфиденциальной, а именно касающуюся учебного плана, перечня дисциплин, преподавательского состава, раздаточные материалы и другую информацию, передаваемую Слушателю в процессе обучения по программам профессиональной переподготовки;

2.3. производить аудио и видео съемку во время занятий; в случае нарушения данного пункта Слушатель может быть отчислен из Организации (п. 5.21 Устава - за неудовлетворительное поведение, невыполнение распоряжений и требований Генерального директора и преподавателей Организации), а также привлечен к ответственности, предусмотренной действующим законодательством РФ.

Заключительные положения.

3.1. Слушатель несет ответственность за нарушение настоящего Положения в соответствии с действующими в Организации правилами и законодательством РФ.

3.2. Настоящее Положение вступает в действие с момента его подписания и действует в течение 10 (Десяти) лет.

ГРАФИК ОБУЧЕНИЯ ГРУППЫ А-6

№ п/п	Наименование	Дата
1.	Занятия	8 октября 2015 г. – 10 июля 2016 г.
2.	Зимние каникулы	28 декабря 2015 г. - 11 января 2016 г.
3.	Преддипломное собрание	Январь 2016 г.
4.	Утверждение тем дипломных работ	Февраль 2016 г.
5.	Предзащита (предварительная дата)	11 июня 2016 г.
6.	Сдача готовых работ на кафедру	11 июля 2016 г.
7.	Защита дипломных работ (предварительная дата)	16 июля 2016 г.