

Компонент ОПОП 54.03.01 Дизайн
Направленность (профиль) Дизайн среды и интерьера

Б1.В.ДВ.04.01
шифр дисциплины

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**Дисциплины
(модуля)**

Арт-менеджмент в креативных пространствах

Разработчик(и)

Желнина З. Ю.

Должность: зав. кафедрой СиТ

Ученая степень: канд. филос. наук

Звание: доцент

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры сервиса и туризма

Протокол № 7 от 02.04.2025 г.

Заведующий кафедрой

кафедрой



Е. Ю. Терещенко

**Мурманск
2025**

Пояснительная записка

Объем дисциплины 6 з. е.

1. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с индикаторами достижения компетенций, установленными образовательной программой

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	ИД-1 _{УК-1} Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие. Осуществляет декомпозицию задачи. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи. ИД-2 _{УК-1} Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи. ИД-3 _{УК-1} Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки. ИД-4 _{УК-1} Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности. ИД-5 _{УК-1} Определяет и оценивает практические последствия возможных решений задачи.	Знать Ключевые понятия арт-менеджмента и признаки развития креативных индустрий Принципы арт-менеджмента как технологии формирования креативного капитала, продуктов культурных и креативных индустрий Уметь Формировать базу знаний на основе источников и самостоятельных исследований по направлениям арт-менеджмента Создавать программы и отдельные решения для управления эффективностью креативного пространства Владеть Методами оценки состояния, перспектив развития креативных пространств Методами исследования запросов целевых аудиторий креативных пространств
УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	ИД-1 _{УК-10} Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике. ИД-2 _{УК-10} Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски. ИД-3 _{УК-10} Знаком с основными документами, регламентирующими экономическую деятельность; источниками финансирования профессиональной деятельности; принципами планирования экономической деятельности.	Знать Характерные признаки экономики впечатлений Факторы развития креативных пространств Уметь Выявлять ресурсы развития креативного пространства для разработки стратегических планов и отдельных проектов Разрабатывать арт-продукты для разных целевых аудиторий Владеть Навыками экономических расчетов для реализации планов развития креативных пространств Методами выявления рисков на этапах жизненного цикла проекта
ПК-5 Способен составлять подробную	ИД-1 _{ПК-5} Проявляет знания о полном наборе документации по	Знать Специфику требований к документам

спецификацию требований к дизайн-проекту и готовить полный набор документации по дизайн-проекту	дизайн-проекту ИД-2 _{ПК-5} Применяет методы подготовки документации по дизайн-проекту с основными экономическими расчетами для реализации проекта ИД-3 _{ПК-5} Демонстрирует способность составлять подробную спецификацию требований к дизайн-проекту и готовить полный набор документации	креативного проекта Принципы распределения и закрепления ответственности на этапах проекта Уметь Разрабатывать пакет документов, регламенты, инструкции по реализации проекта Разрабатывать техническое задание на проект и услуги партнеров Владеть Цифровыми ресурсами, обеспечивающими электронный документооборот по проекту Программным обеспечением для создания презентации креативного проекта
---	--	---

2. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Введение в дисциплину: арт-менеджмент как вид профессиональной деятельности

Ключевые понятия арт-менеджмента. Эволюция содержания арт-менеджмента от технологий покровительства искусствам до экосистемы предпринимательства в арт-индустрии. Историко-культурные, социальные, экономические, технологические факторы развития арт-индустрии. Коммодификация культуры. Арт-менеджмент в условиях экономики впечатлений. Функции арт-менеджмента. Система ответственности арт-менеджера.

Тема 2. Роль креативных пространств в социальной и экономической жизни современного города

Понятие «креативное пространство». Понятие «креативный город», «креативный класс», «креативный капитал территории», «третье место». История появления креативных пространств в России и за рубежом. Методология исследования креативного пространства как социального феномена. Роль креативных пространств в жизнедеятельности города: влияние на жизнь местного сообщества, творческих людей, креативного бизнеса. Модель типичного креативного пространства. Виды креативных пространств. Драйверы развития креативного пространства. Понятие «креативный продукт», продукты и результаты деятельности креативных пространств.

Тема 3. Организация креативного пространства: от идеи до запуска

Задачи города в развитии инфраструктуры креативных индустрий и событий. Анализ потребностей и интересов жителей города, малого бизнеса, инвесторов городской среды для определения основных направлений разработки сценариев творческой активности. Выбор локации для креативного пространства. Интересы собственника и управляющей компании креативного пространства. Правовые основы открытия креативного пространства. Концепция креативного пространства: поиск идеи и ориентиров развития, состав идей концепции, апробация концепции, итоговое формулирование. Профиль деятельности креативного пространства. Дерево целей и решений креативного пространства.

Тема 4. Стратегическое планирование и организация деятельности креативного пространства

Специфика стратегического планирования в практике арт-менеджмента. Виды стратегий развития креативного пространства (расширение, диверсификация, коллаборация, вовлечение и партисипация, брендинг, развитие устойчивости, инновации и др.). Стратегия планирования событийного календаря. Стратегия взаимодействия с фондами и

грантовыми организациями. Бизнес-модели креативного пространства. Стратегия маркетинга и продвижения деятельности креативного пространства. Стратегия развития сети деловых связей креативного пространства.

Тема 5. Управление жизненным циклом креативного пространства

Понятие жизненного цикла креативного пространства. Риски и возможности менеджмента на этапах развития деятельности. Управление на этапе роста и развития креативного пространства, привлечение ресурсов для развития на начальном этапе. Расширение деятельности по отдельным направлениям, увеличение объемов работы, развитие целевых аудиторий. Факторы повышения конкурентоспособности и устойчивости креативного пространства. Инновации и креативные решения на этапе стагнации деятельности. Факторы, условия и последствия закрытия креативного пространства. Модель спирали в управлении жизненным циклом креативного пространства.

Тема 6. Управление креативным капиталом в практике арт-менеджмента

Креативный капитал как ключевой ресурс и объект развития в арт-менеджменте. Признаки креативного капитала, факторы развития отдельных элементов. Организационные, экономические, культурные, событийные стимулы для творческой деятельности и предпринимательства в креативных индустриях. Физическое пространство и доступность ресурсов в системе развития креативного капитала. Менеджмент талантов. Мониторинг развития креативного капитала, организация привлечения креативных кадров и бизнеса в условиях конкуренции.

Тема 7. Управление креативными кластерами

Признаки креативного кластера. Коллаборации разных видов искусств, индустрий в кластере. Роль креативного кластера в развитии арт-рынка и культурных процессов. Событийный менеджмент в жизнедеятельности креативного кластера. Менеджмент публичных программ участников креативного кластера (выставки, концерты, фестивали, литературные чтения, мастер-классы и лекции для общественности и т.п.). Взаимодействия кластера и местного сообщества.

Тема 8. Менеджмент арт-проекта

Концепция и структура арт-проекта. Креативная программа и бизнес-модель креативного проекта. Метрики результативности арт-проекта. Принципы дизайн-мышления в разработке креативного проекта. Карта пути пользователя креативного продукта. Фирменный стиль креативного проекта. Привлечение ресурсов для реализации креативного проекта. Мотивационные программы для команды проекта. Программа информационной поддержки арт-проекта (каналы, контент-менеджмент, амбассадоры).

Тема 9. Арт-менеджмент в условиях взаимовлияния отраслей креативных индустрий

Коллаборации туризма и креативных пространств в экономике впечатлений. Туристско-экскурсионные программы в креативных пространствах. Цифровые и мультимедиа проекты на основе ресурсов креативных пространств. Роль некоммерческих арт-программ для развития креативных пространств. Университеты в метавселенной креативных индустрий и креативных пространств. Культурные индустрии, «гений места» и культурный ландшафт как ресурсы развития креативного пространства. Арт-менеджмент нематериальных ресурсов креативных пространств.

3. Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины (модуля)

- мультимедийные презентационные материалы по дисциплине (модулю) представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;
- методические указания к выполнению практических работ представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;
- методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) представлены на официальном сайте МАУ в разделе «Информация по образовательным программам, в том числе адаптированным».

4. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Является отдельным компонентом образовательной программы, разработан в форме отдельного документа, включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля);
- задания текущего контроля;
- задания промежуточной аттестации;
- задания внутренней оценки качества образования.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

(печатные издания, электронные учебные издания и (или) ресурсы электронно-библиотечных систем)

Основная литература:

1. Чернов, А. В. *Профессиональные творческие студии : учебное пособие для вузов / А. В. Чернов, М. В. Дворянова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 118 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12548-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542580>*
2. Барышева, Т. А. *Психология творчества : учебник для вузов / Т. А. Барышева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 300 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13240-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543550>*

Дополнительная литература:

3. Хворостяная, А. С. *Стратегический бренд-менеджмент : учебник для вузов / А. С. Хворостяная. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19360-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556347>*
4. Гумерова, Г. И. *Управление интеллектуальной собственностью : учебное пособие для вузов / Г. И. Гумерова, Э. Ш. Шаймиева. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17666-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533503>*

6. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Государственная система правовой информации - официальный интернет-портал правовой информации- URL: <http://pravo.gov.ru>
- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - URL: <http://window.edu.ru>
- Справочно-правовая система. Консультант Плюс - URL: <http://www.consultant.ru/>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

Офисный пакет Microsoft Office 2007

8. Обеспечение освоения дисциплины лиц с инвалидностью и ОВЗ

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) представлено в приложении к ОПОП «Материально-технические условия реализации образовательной программы» и включает:

- учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде МАУ.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

10. Распределение трудоемкости по видам учебной деятельности

Таблица 1 - Распределение трудоемкости

Вид учебной деятельности	Распределение трудоемкости дисциплины (модуля) по формам обучения			
	Заочная			
	Семестр			Всего часов
	7	8		
Лекции		4		4
Лабораторные занятия		6		6
Самостоятельная работа		197		197
Всего часов по дисциплине		216		216
/ из них в форме практической подготовки		36		36
Формы промежуточной аттестации и текущего контроля				
Экзамен		1		36

Перечень лабораторных занятий по формам обучения

№	Темы практических занятий
---	---------------------------

п\п	
1	2
	Заочная форма
1.	Эволюция содержания арт-менеджмента от технологий покровительства искусстваам до экосистемы предпринимательства в арт-индустрии.
2.	Арт-менеджмент в условиях экономики впечатлений.
3.	История и эволюция креативных пространств в России и мире.
4.	Виды и драйверы развития креативных пространств.
5.	Концепция и бизнес-модель креативного пространства.
6.	Визуальные коммуникации, дизайн интерьеров и фирменный стиль креативного пространства.
7.	Виды стратегий развития креативного пространства.
8.	Планирование событийного календаря креативного пространства.
9.	Оценка динамики развития и конкурентоспособности креативного пространства.
10.	Инновации и креативные решения в развитии деятельности на этапах жизненного цикла креативного пространства.
11.	Практика развития креативного капитала методами арт-менеджмента.
12.	Управление кадрами в условиях конкуренции за таланты.
13.	Креативный кластер в культурной, экономической и профессиональной жизни города.
14.	Роль местного сообщества в развитии креативного кластера.
15.	Этапы разработки отдельного арт-проекта.
16.	Продвижение арт-проекта в электронной среде (выбор площадок, контент-менеджмент).
17.	Туризм и креативные пространства.
18.	Проектирование и реализация некоммерческих арт-программ с учетом ресурсов креативного пространства.