

**Компонент ОПОП 44.03.01 Педагогическое образование  
направленность (профиль)  
Художественное образование**

**Б1.В.ДВ.03.01**

шифр дисциплины

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**Дисциплины (модуля) Арт-менеджмент в креативных пространствах**

Разработчик(и)

Желнина З. Ю.

*Должность* зав.кафедрой

*Ученая степень* к.филос.н.

*Звание* доцент

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры сервиса и туризма

Протокол № 7 от 29.03.2024

Заведующий кафедрой

кафедрой



\_\_\_\_\_  
Е. Ю. Терещенко

**Мурманск  
2024**

## Пояснительная записка

Объем дисциплины 4 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)
<p><b>ПК-1</b> Способен осваивать и использовать теоретические знания и практические умения и навыки в предметной области при решении профессиональных задач</p>	<p>ИД-1<sub>ПК-1</sub> Знает структуру, состав и дидактические единицы предметной области (преподаваемого предмета). ИД-2<sub>ПК-1</sub> Умеет осуществлять отбор учебного содержания для его реализации в различных формах обучения в соответствии с требованиями ФГОС ОО. ИД-3<sub>ПК-1</sub> Демонстрирует умение разрабатывать различные формы учебных занятий, применять методы, приемы и технологии обучения, в том числе информационные.</p>	<p><b>Знать</b> Ключевые понятия арт-менеджмента и признаки развития креативных индустрий</p> <p>Принципы арт-менеджмента как технологии формирования креативного капитала, продуктов культурных и креативных индустрий</p> <p><b>Уметь</b> Формировать базу знаний на основе источников и самостоятельных исследований по направлениям арт-менеджмента</p> <p>Создавать программы и отдельные решения для управления эффективностью креативного пространства</p> <p><b>Владеть</b> Методами оценки состояния, перспектив развития креативных пространств</p> <p>Методами исследования запросов целевых аудиторий креативных пространств</p>
<p><b>ПК-3</b> Способен формировать развивающую образовательную среду для достижения личностных, предметных и метапредметных результатов обучения средствами преподаваемых учебных предметов.</p>	<p>ИД-1<sub>ПК-3</sub> Владеет способами интеграции учебных предметов для организации развивающей учебной деятельности (исследовательской, проектной, групповой и др.). ИД-2<sub>ПК-3</sub> Использует образовательный потенциал социокультурной среды региона в преподавании (предмета по профилю) в учебной и во внеурочной деятельности.</p>	<p><b>Знать</b> Характерные признаки экономики впечатлений</p> <p>Факторы развития креативных пространств</p> <p><b>Уметь</b> Выявлять ресурсы развития креативного пространства для разработки стратегических планов и отдельных проектов</p> <p>Разрабатывать арт-продукты для разных целевых аудиторий</p> <p><b>Владеть</b> Навыками экономических расчетов для реализации планов развития креативных пространств</p> <p>Методами выявления рисков на этапах жизненного цикла проекта</p>

<p><b>ПК-4</b> Способен организовывать индивидуальную и совместную учебно-проектную деятельность обучающихся в соответствующей предметной области.</p>	<p>ИД-1ПК-4 Демонстрирует знание принципов проектирования, владения проектными технологиями. ИД-2ПК-4 Разрабатывает и реализует индивидуальную и совместную учебно-проектную деятельность обучающихся в соответствующей предметной области. ИД-3ПК-4 Использует передовые педагогические технологии в процессе реализации учебно-проектной деятельности обучающихся в соответствующей предметной области.</p>	<p><b>Знать</b> Специфику требований к документам креативного проекта Принципы распределения и закрепления ответственности на этапах проекта</p> <p><b>Уметь</b> Разрабатывать пакет документов, регламенты, инструкции по реализации проекта Разрабатывать техническое задание на проект и услуги партнеров</p> <p><b>Владеть</b> Цифровыми ресурсами, обеспечивающими электронный документооборот по проекту Программным обеспечением для создания презентации креативного проекта</p>
--	---	--

## 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 искусстваам 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			
	Курс/сессия			Всего часов
	4/2			
Лекции	2			2
Лабораторные занятия	6			6
Самостоятельная работа	132			132
<b>Всего часов по дисциплине</b>	<b>144</b>			<b>144</b>
/ из них в форме практической подготовки	8			8
Формы промежуточной аттестации и текущего контроля				
Зачет	4			4

### Перечень практических занятий по формам обучения

№ п/п	Темы практических занятий
<b>1</b>	<b>2</b>
	<b>Очная форма</b>
1	Эволюция содержания арт-менеджмента от технологий покровительства искусствам 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.