

Учреждение образования
«Белорусский государственный университет
культуры и искусств»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор БГУКИ

_____ Н. В. Карчевская

«_____» _____ 2018 г.

Регистрационный № УД-_____/уч.

**АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ
В СФЕРЕ ТЕАТРАЛЬНОГО ИСКУССТВА**

*Учебная программа
учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности II ступени высшего образования
1-20 81 01 Арт-менеджмент*

2018

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 1-20 81 01-2013 и учебного плана по специальности 1-20 81 01 Арт-менеджмент

СОСТАВИТЕЛЬ

А. М. Стельмах, доцент кафедры менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат искусствоведения

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

И. А. Алексина, доцент кафедры театрального творчества учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат искусствоведения, доцент;

Ю. Г. Болотова, доцент кафедры культурологии частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А. М. Широкова», кандидат культурологии, доцент

РЕКОМЕНДОВАНО К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол №9 от 01.03.2017);
президиумом научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 4 от 20.04.2017)

Ответственный за редакцию: В. Б. Кудласевич

Ответственный за выпуск: А. М. Стельмах

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

«Арт-менеджмент в сфере театрального искусства» – учебная дисциплина для студентов II ступени высшего образования (магистратура) специальности «арт-менеджмент».

Программа разработана с учетом современных требований, предъявляемых к подготовке специалистов высшей квалификации, и с использованием трудов современных искусствоведов, социологов, маркетологов, посвященных вопросам развития театрального дела. В рамках данной дисциплины формируются компетенции в организационно-управленческой, коммерческой и финансово-хозяйственной, маркетинговой и рекламно-информационной деятельности.

Цель учебной дисциплины – формирование глубоких и систематизированных знаний у магистрантов о специфике организации и управления театральным процессом в государственном и частном театрах.

Преподавание дисциплины «Арт-менеджмент в сфере театрального искусства» ведется с опорой на дисциплины циклов прикладной культурологии и менеджмента и маркетинга в сфере культуры I ступени высшего образования: «Менеджмент в сфере культуры», «Финансовый менеджмент», «Маркетинг в сфере культуры», «Реклама в сфере культуры», «Режиссура культурно-досуговых программ», а также дисциплин II ступени высшего образования: «Арт-менеджмент: теория и практика», «Правовые и экономические условия деятельности в сфере культуры» и «Современные технологии кадрового менеджмента в арт-индустрии». Преподавание дисциплины «Арт-менеджмент в сфере театрального искусства» направлено на создание устойчивой базы для дальнейшего освоения дисциплин «Менеджмент в киноиндустрии», «Ивент-менеджмент», «Индустрия досуга».

В ходе изучения дисциплины магистранты получают знания, касающиеся содержания театрального дела: взаимосвязи творческого, организационного и производственных процессов создания спектакля как произведения искусства и как продукта социально-производственной деятельности.

Задачи дисциплины:

- создание у магистрантов представлений об истории развития театрального арт-менеджмента в Беларуси и за рубежом;
- понимание роли арт-менеджмента в развитии театрального искусства современной Беларуси;
- постижение механизмов организации, планирования творческих и производственных процессов в театральном искусстве в их неразрывной взаимосвязи;
- ознакомление с опытом функционирования государственных и частных театров Беларуси;
- формирование необходимых компетенций для активного участия в реализации коммерческих и некоммерческих театральных спектаклей.

В результате изучения учебной дисциплины «Арт-менеджмент в сфере театрального искусства» магистрант должен *знать*:

- специфику отечественного и зарубежного сценического арт-менеджмента;
- профессиональные функции и обязанности, а также особенности деятельности продюсера, антрепренера и менеджера в сфере театрального искусства;
- содержательные и организационно-управленческие аспекты процесса создания театрального спектакля как в условиях государственного театра, так и в условиях частного театра.

Магистрант должен *уметь*:

- соотносить развитие театрального арт-менеджмента в Беларуси с основными тенденциями развития российского и американского театрального арт-менеджмента;
- анализировать театральный спектакль как результат деятельности конкретного театра в контексте развития театрального искусства;
- внедрять в практику полученные знания по организации, созданию и продвижению театральных спектаклей коммерческой и некоммерческой направленности.

Магистрант должен *владеть*:

- навыками организационно-управленческой, финансово-экономической, маркетинговой и рекламно-информационной деятельности в ходе реализации театральных спектаклей различных жанров;

– приемами эффективного использования ресурсов театрального искусства при создании театральных продуктов и оказании услуг.

Учебная программа предусматривает знакомство магистрантов с практикой функционирования отечественных и зарубежных частных и государственных театров, а также опытом реализации коммерческих и некоммерческих спектаклей и театральных арт-проектов.

Процесс преподавания дисциплины «Арт-менеджмент в сфере театрального искусства» включает следующие формы и методы: лекции, семинарско-практические и лабораторные занятия, самостоятельную работу магистрантов: написание обоснования выбора пьесы с позиции ее коммерческой привлекательности.

В соответствии с образовательным стандартом подготовки магистрантов по специальности II ступени высшего образования «арт-менеджмент» учебная дисциплина «Арт-менеджмент в сфере театрального искусства» нацелена на формирование следующих групп профессиональных компетенций магистрантов.

Организационно-управленческая деятельность

ПК-1. Приобщать различные группы населения и отдельных индивидов к процессу создания, освоения, сохранения и распространения ценностей театрального искусства.

ПК-2. Использовать нормативно-правовую базу отрасли культуры.

ПК-3. Реализовывать общегосударственные, региональные и ведомственные программы и проекты в области культуры и искусства.

ПК-4. Обеспечивать организационно-управленческое функционирование театральных учреждений, организаций и объединений.

Коммерческая и финансово-хозяйственная деятельность

ПК-6. Организовывать финансово-экономическое обеспечение театральных проектов.

ПК-7. Содействовать переходу театральных учреждений на новые условия хозяйствования, содействовать их работе в условиях рыночных отношений, организовывать внешнекультурную деятельность с зарубежными странами.

Маркетинговая и рекламно-информационная деятельность

ПК-8. Проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и осуществлять международные, республиканские, региональные и целевые арт-проекты в сфере театрального искусства.

ПК-9. Составлять рекламную стратегию арт-проектов в сфере театрального искусства.

ПК-10. Разрабатывать и проводить кампании по связям с общественностью, взаимодействовать со СМИ в рамках реализации арт-проектов в сфере театрального искусства.

Инновационно-методическая деятельность

ПК-11. Оценивать состояние, динамику и тенденции развития театрального искусства в разных регионах Беларуси.

ПК-12. Прогнозировать, планировать и организовывать инновационно-методическую и художественно-творческую деятельность.

ПК-13. Выявлять интересы и педагогические потребности населения в различных жанрах театральных спектаклей и видах представлений.

Учебным планом по специальности II ступени высшего образования «арт-менеджмент» на изучение дисциплины «Арт-менеджмент в сфере театрального искусства» всего предусмотрено 70 часов, из них 40 часов – аудиторные занятия. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: лекции – 16 часов, семинары и практические занятия – 18 часов, лабораторные занятия – 6 часов.

Оценка и диагностика результатов магистрантов выполняется в процессе проведения практических и лабораторных занятий в форме дискуссий, защиты обоснования коммерческой привлекательности выбранной пьесы и других форм контроля.

Рекомендуемая итоговая форма контроля знаний магистрантов – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение в дисциплину «Арт-менеджмент в сфере театрального искусства».

Специфика театрального искусства

Цели и задачи дисциплины. Содержание основных разделов тематического плана. Обзор литературы по дисциплине.

Театр как вид искусства, художественно осваивающий мир через драматическое действие, осуществляемое творческим коллективом. Обрядовая культура как источник художественного осмысления действительности. Истоки театра в древних игрищах, в народных обрядах, тотемических плясках и пр.

Театр и другие виды исполнительских искусств. Взаимодействие театра, кино, телевидения. Видовое (драматическое, оперное, балетное, опереточное и пр.) и жанровое (комедии, трагедии, мелодрамы, фарсы, водевили, пасторали и пр.) разнообразие театрального искусства. Архитектура, живопись и скульптура, музыка и литература, хореография и искусство актерской игры и т. д. как основные элементы театрального искусства.

Специфика театрального искусства как вида сценической деятельности, возникающей в процессе игры актеров перед зрителями. Контакт между сценой и залом, взаимодействие и взаимозависимость актера и зрителя в процессе исполнения спектакля. Штучность театрального спектакля и невозможность его повторения с предельной точностью.

Тема 2. Основные этапы развития предпринимательской деятельности в сфере театрального искусства

Предпринимательство как самостоятельный вид деятельности и процесс организации производства товаров и услуг для удовлетворения спроса и получения прибыли. Специфика предпринимательской деятельности: коммерческая направленность, риск, имущественная ответственность, самостоятельность в принятии решений, нацеленность на конечный результат получения прибыли.

Театральное предпринимательство как вид деятельности, основанный на создании и продвижении арт-продуктов частными лицами за частные средства.

Истоки театрального предпринимательства в древнегреческом театре. Деятельность хорегов по подготовке хора к драматическим соревнованиям: обучение хора, репетиции, изготовление театральных костюмов.

Контракт французского исполнителя «историй» предпринимателя Л'Эпероньера и актрисы М. Фере как первый документально зафиксированный и сохранившийся до наших дней образец театрального предпринимательства (1545). Товарищества актеров как форма организации сценического творчества в Западной Европе конце XVII в. и в России во второй половине XIX в.: паевые взносы участников товарищества и фиксированная ставка оплаты труда в виде «марок». Театр «Комеди Франсез» (1680) как актерское товарищество, основными участниками которого были актеры-сосьетеры.

Развитие частного театрального предпринимательства на белорусских землях: параллельное сосуществование с конца XVIII в. передвижных трупп (антреприз) и магнатского частновладельческого театра.

Антреприза как частное зрелищное предприятие (театр, цирк и др.), созданное и возглавляемое антрепренером (фр. entrepreneur – предприниматель, владелец). Самокупаемость как специфичная черта организации антрепризы. Деятельность на белорусских землях антреприз польских (В. Богуславский, Д. Моравский, М. Кажинский, С. Дешнер), русских (А. Невский, П. Павлов, Е. Беляев, П. Волховский), украинских (М. Кропивницкий, М. Старицкий, М. Садовский, М. Заньковецкая), еврейских (Г. Шварц и А. Розенфельд, Г. Гольдфаден, Р. Гиршбейн) театральных антрепренеров и актеров.

Творческо-организационная деятельность В. Дунина-Марцинкевича (по постановке пьесы «Селянка»), функционирование Первой белорусской труппы И. Буйницкого (1907–1917) и Первого товарищества белорусской драмы и комедии Ф. Ждановича (1917–1920) как попытки формирования белорусской театральной антрепризы.

Тема 3. Современная сеть и структура театральных организаций Беларуси

Декрет Совнаркома «Об объединении театрального дела» (1919) и запрет на предпринимательскую деятельность. Про-

цесс огосударствления театрального искусства: ликвидация множественности форм собственности в театральном деле, закрытие или реорганизация в государственные театры антреприз, национализация театральных зданий.

Система функционирования государственного белорусского театра в условиях командно-административной экономики: пятилетнее государственное планирование, художественно-политические советы, формирование сети государственных театров. Государство как главный театральный предприниматель.

Попытки перевода театров на самофинансирование в конце 1980-х гг. Деятельность на хозяйственно-расчетной основе по принципу самокупаемости театров-студий В. Барковского, В. Иноземцева, В. Матросова, Р. Талипова, М. Трухана и др. Уникальность организационной и финансовой структуры «Альтернативного театра» под руководством В. Григалюнаса.

Формирование сети театров: государственные (республиканские, областные и ведомственные) и частные (антреприза, театральный проект). Театральные агентства, продюсерские центры, актерские компании, концертные агентства и др. организации: их сеть и основные принципы структурного построения. Общее и специфическое в деятельности театра и других организаций исполнительских искусств.

Организационно-правовые формы частных театральных организаций Беларуси: хозяйственные общества. Отличительные черты общества с ограниченной ответственностью и общества с дополнительной ответственностью: порядок открытия и ликвидации.

Тема 4. Специфика организации театрального дела в репертуарных и антрепризных театрах

Основные формы организации театрального дела: репертуарный театр и антреприза (репертуарный и проектный, режиссерский и продюсерский, бюджетный и частный, некоммерческий и коммерческий, репертуарный и бродвейский).

Общая характеристика стационарного репертуарного государственного театра: наличие двух руководителей (директор и художественный руководитель), постоянная труппа и обслуживающий персонал, жанрово-тематическое и художественно-

стилистическое разнообразие репертуара, регулярное государственное финансирование, собственное помещение. Художественная программа деятельности стационарного театра, объединяющая отдельные спектакли репертуара в идейно-эстетическое целое. «Театр-дом».

Режиссер репертуарного театра как художник, выражающий в рамках спектакля не только мнение драматурга, но и собственную авторскую позицию постановщика. Актер репертуарного театра – главный визуализатор идей драматурга и режиссера на сценической площадке. Репертуар стационарного театра – «его лицо», идейно-художественная и эстетическая позиция всего коллектива театра.

Универсальность формы репертуарного театра: ее действенность в условиях командной плановой и рыночной экономики. Антреприза как форма организации театрального дела в условиях рыночной экономики.

Основные компоненты театрального рынка: создатели спектакля (изготовители), зрители (потребители), театральные критики, журналисты и распространители билетов (посредники), продюсеры и менеджеры (продавцы).

Характерные черты антрепризы: наличие персоны организатора (продюсера или антрепренера), частное финансирование, отсутствие постоянного творческого коллектива и стационарной площадки для выступлений. Особенности формы музыкально-драматической, цирковой и драматической антрепризы.

Бродвейский тип театра. Театры Off Broadway и Off-off Broadway.

Тема 5. Продюсер как организатор и руководитель проекта в сфере театрального искусства.

Спектакль как арт-продукт

Понятие продюсирования (от англ. produce – производить, создавать) как вида предпринимательской деятельности в области кинопроизводства, заключающегося в осуществлении идейно-художественного и организационно-финансового контроля над постановкой фильма. Профессиональные обязанности независимого, исполнительного и функциональных продюсеров.

Внедрение профессии продюсера в сферу театрального искусства. Соотношение понятий «менеджер» – «предприниматель» – «продюсер» и «предприниматель» – «антрепренер» – «продюсер».

Продюсер как автор концепции спектакля, выбирающий пьесу, формирующий режиссерско-постановочную группу, обеспечивающий финансирование и пр. Коммерческая привлекательность продюсерского спектакля: «брендовые имена» режиссеров, актеров, драматургов; жанровая диверсификация; осовременивание классической драматургии и пр.

Спектр профессиональных функций продюсера: художественные, организационные, маркетинговые, финансовые и нормативно-правовые аспекты деятельности. Мотивационный механизм продюсерства. Природные, артистические, экономические и организационные таланты продюсера.

Спектакль как формат продюсерской деятельности. Спектакль как арт-проект, характеризующийся уникальным набором творческих и технических процессов, направленных на создание нового театрального продукта. Временная, ресурсная и бюджетная ограниченность продюсерского арт-проекта. Спектакль как арт-продукт и услуга: их отличительные черты.

Стадии разработки продюсерского театрального проекта: планирование (выбор оригинальной темы для постановки, маркетинговое исследование, выбор пьесы); организация (определение необходимых творческих, материальных, финансовых ресурсов, документальное оформление взаимоотношений с участниками, урегулирование вопросов покупки авторских прав); контроль (за ходом репетиционного процесса и управление рисками при подготовке и реализации проекта); прокат спектакля.

Специфика создания американских продюсерских спектаклей музыкально-драматической антрепризы – мюзиклов.

Тема 6. Нормативно-правовое и финансовое обеспечение деятельности в сфере театрального искусства

Государственное регулирование сферы культуры и театральной сферы. Вертикаль управления. Создание правовых условий, норм и гарантий деятельности в театральной сфере организаций различных форм собственности, контроль исполнения

действующих законов. Выделение средств из бюджета как на содержание государственных театров, так и на реализацию «госзаказа» государственными и частными театрами. Налогообложение и пр. действия, побуждающие к поддержке и развитию культуры и искусства.

«Кодекс о культуре» как базовый документ, регулирующий деятельность сферы театрального искусства Беларуси. Иные законы и нормативно-правовые акты: Законы Республики Беларусь «О поддержке малого и среднего предпринимательства», «Об авторском праве и смежных правах», «Положение о театрально-зрелищной организации Республики Беларусь», Указ Президента Республики Беларусь «О проведении культурно-зрелищных мероприятий». Основные положения и статьи модельного закона «О театре и театральной деятельности».

Спектакль как объект интеллектуальной собственности. Спектакль и его элементы как объекты авторского и смежных прав. Авторский договор. Формы авторского вознаграждения: гонорар и обязательные отчисления.

Формирование источников финансирования сферы театрального искусства. Доступные и скрытые источники финансирования. Основные источники финансирования государственных театров: дотации, финансирование из бюджетов, театральная деятельность, рассчитанная на самоокупаемость, спонсорская помощь. Основные источники финансирования частных театров: внутренние источники – использование нераспределенной прибыли (сборов) от проката спектаклей, организация продюсерами гастролей антреприз из других стран, реализация менее затратных околотеатральных проектов: концертов, тематических вечеров или творческих встреч, собственные средства продюсеров, спонсорская помощь.

Перспективные формы негосударственной поддержки сферы театрального искусства: патронаж, благотворительность. Фандрейзинг как поиск ресурсов (людей, оборудования, информации, времени, денег и др.) для реализации проектов и/или поддержания существования организации.

Тема 7. Маркетинговая деятельность в сфере театрального искусства

Маркетинг как философия бизнеса и/или инструмент повышения продаж. Специфика использования маркетинга в сфере театрального искусства. Маркетинг как метод формирования аудитории. Структура аудитории театра: реальная, потенциальная и лояльная аудитория. Социально-демографические характеристики аудитории. Зритель как потребитель: типы потребителей, модели покупательского поведения. Характеристики покупателя и процесса принятия решения о покупке.

Маркетинговая среда театра. Внешняя среда театра: основные факторы микросреды и макросреды театральной организации. Факторы внутренней среды.

Стратегическое маркетинговое планирование: формулировка миссии театра; стратегических коммерческих, социальных, культурных, организационных целей и задач на планируемый период; разработка маркетинговых программ на основе стратегических решений. Учет необходимых факторов и показателей для услуг/товаров театра: характеристика текущей маркетинговой ситуации; сегмент рынка; риски; стратегия маркетинга; программа действий; баланс бюджета затрат; порядок контроля сбыта.

Комплекс маркетинга: продукт, цена, место продаж, продвижение (4P) в сфере театрального искусства. Ценообразование в театре. Цена билета как социальный регулятор потребления: платежеспособный спрос.

Тема 8. Специфика организации продвижения арт-продукта в сфере театрального искусства

Интегрированные маркетинговые коммуникации (integrated marketing communications) как стратегический ресурс театра для продвижения арт-продукта. Концептуальная основа ИМК – объединение всех способов и средств коммуникации (рекламы, PR, стимулирования сбыта, интернет- и директ-маркетинга) в единый комплекс.

Рекламная коммуникация театра для пропаганды театрального искусства. Взаимодействие театра соСМИ (газеты, журналы, радио, телевидение); наружная реклама (крупно- и малогабаритные плакаты, газосветные установки); реклама на транспорте и в метро (плакаты, наклейки и надписи в салоне и снаружи, ТВ-трансляции); печатная реклама (афиши, буклеты).

PR как компонент маркетинговых коммуникаций, содействующий выстраиванию управляемых взаимоотношений между организацией (театром) и обществом (зрителем): mediarelation(взаимоотношения со СМИ), corporateaffairs (управление корпоративным имиджем)и specialevent(организация и проведение специальных мероприятий).

Внедрение в сферу театрального искусства комплекса маркетинговых мероприятий по стимулированию сбыта, совершаемых непосредственно в местах продаж: ценовое (скидки, акции), активное (конкурсы, лотереи, игры) и подарочное стимулирование (сертификаты). Использование театрами ресурсов Интернета (интернет-маркетинг): интернет-сайты театров, электронные письма (e-mail)с тематической почтовой рассылкой, персональные письма с личным обращением, баннерная и контекстная реклама.

Директ-маркетинг (прямой маркетинг) как стратегия установления непосредственных контактов с перспективными покупателями с целью дальнейшего поддержания с ними регулярных индивидуальных связей.Прямая почтовая реклама и телемаркетинг.

Организация проката спектаклей: методы и критерии формирования прокатной афиши; кассовые и гарантийные спектакли. Абонементная система. Современные технологии ведения билетного хозяйства.

Понятие гастрольного менеджмента.Ангажемент. Деятельность арт-менеджера по организации ангажемента.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная форма получения образования

Темы	Количество аудиторных часов				Форма контроля
	лекции	семинарско-практические занятия	лабораторные занятия	управляемая самостоятельная работа магистранта	
Введение в дисциплину «Арт-менеджмент в сфере театрального искусства». Специфика театрального искусства	2				
Основные этапы развития предпринимательской деятельности в сфере театрального искусства	2	2			
Современная сеть и структура театральных организаций Беларуси	2	2			
Специфика организации театрального дела в репертуарных и антрепризных театрах	2	2			
Продюсер как организатор и руководитель проекта в сфере театрального искусства. Спектакль как арт-продукт	2	2	4	2	защита обоснования выбора пьесы
Нормативно-правовое и финансовое обеспечение деятельности в сфере театрального искусства	2	2			
Маркетинговая деятельность в сфере театрального искусства	2	2		1	реферат и доклад по выбранной проблематике
Специфика организации продвижения арт-продукта в сфере театрального искусства	2	4		1	реферат и доклад по выбранной проблематике
Всего...	16	16	4	4	

Заочная форма получения образования

Темы	Количество аудиторных часов			Форма контроля знаний
	лекции	семинарско-практические занятия	лабораторные занятия	
Введение в дисциплину «Арт-менеджмент в сфере театрального искусства». Специфика театрального искусства	2			
Современная сеть и структура театральных организаций Беларуси		2		опрос на семинаре
Специфика организации театрального дела в репертуарных и антрепризных театрах	2			
Продюсер как организатор и руководитель проекта в сфере театрального искусства. Спектакль как арт-продукт	2			
Нормативно-правовое и финансовое обеспечение деятельности в сфере театрального искусства		2		реферат и доклад по выбранной проблематике
Специфика организации продвижения арт-продукта в сфере театрального искусства			2	
Всего...	6	4	2	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная

1. Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности : сб. ст. / Белорус. гос. ун-т культуры и искусств ; под ред. С. Б. Мойсейчук, А. И. Степанцова. – Минск, 2012. – 156 с.

2. Алисейчик, Г. Театр Беларуси на современном этапе: проблемы развития / Г. Алисейчик // Культура Беларуси: рэаліі сучаснасці : матэрыялы Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 12–13 чэрв. 2012 г. / Ін-т культуры Беларусі ; рэдкал.: І. І. Крук (гал. рэд.), А. А. Галкін, І. Р. Голубева. – Мінск, 2012. – С. 351–354.

3. Безгин, И. Д. Объект управления – театр: опыт комплексного исследования / И. Д. Безгин. – Киев : Мистецтво, 1976. – 198 с.

4. Бузук, Р. Л. Тэатр і глядач: дыялог доўжыцца...: праблемы беларускага драматычнага тэатра і аўдыторыі глядачоў у прасторы ХХ – пачатку ХХІ стагоддзя / Р. Л. Бузук. – Мінск : БДУКМ, 2017. – 266 с.

5. Дадамян, Г. Г. Социально-экономические проблемы театрального искусства / Г. Г. Дадамян. – М.:ВТО, 1982. – 152 с.

6. Костюк, Е. Б. Популярные музыкальные направления и жанры XX века: джаз, мюзикл, рок-музыка, рок-опера / Е. Б. Костюк. – СПб. : С.-Петербург. гуманит. ун-т профсоюзов, 2008. – 192 с.

7. Келли, Т. Сценический менеджер / Т. Келли // ART-менеджер: журнал для профессионалов. – М.: Холдинговая компания «Блиц-Информ». – 2003. – № 2. – С. 35–38.

8. Кодэкс Рэспублікі Беларусь аб культуры : уступае ў сілу з 3 лют. 2017 г. – Мінск : Нац. цэнтрправавойінфарм. Рэсп. Беларусь, 2016. – 272 с.

9. Культура Беларуси: 20 лет развития, 1991–2011 / С. П. Винокорова [и др.] ; под общ. ред. О.А. Галкина, И. Г. Голубевой. – Минск : Ин-т культуры Беларуси, 2012. – 332 с.

10. *Ленгли, С.* Идея для театра. Менеджер для идеи / С. Ленгли // ART-менеджер: журнал для профессионалов. – М.: Холдинговая компания «Блиц-Информ». – 2003. – № 1. – С. 20–25.

11. *Мазуро, О. Е.* Театр в условиях рынка: на примере состояния театрального процесса в Беларуси и некоторых стран ближнего зарубежья: По материалам белорусской и российской печати [Электронный ресурс] / О. Е. Мазуро // Актуальные проблемы культуры і мастацтва, 2001–2006 : інфарм.-аналіт. зб. /НББ ; склад. : А. В. Гарбачова, В. А. Грынкевіч. – Мінск, 2008. – 21 с.

12. *Макарова, Е. А.* Теория и технологии арт-менеджмента: науч.-метод. пособие / Е. А. Макарова. – Минск : ГУО «Институт культуры Беларуси», 2013. – 131 с.

13. *Павлова, Е.* Фандрейзинг в театре / Е. Павлова // Сцена. – 2004. – № 3. – С. 17–18.

14. *Смелянский, Д. Я.* Продюсер в театральном процессе России. Организационно-творческий аспект : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.01 / Д. Я. Смелянский ; Рос. акад. театр. искусства (ГИТИС). – М., 2000. – 22 с.

15. *Стельмах, А. М.* Маркетинговая среда театра: проблемы формирования и развития / А. М. Стельмах // Навуковыпошук у сферы культуры і мастацтва і навацыйныя падыходы : матэрыялы навук. канф. прафесарска-выкладчыцкага складу, прысвеч. 40-годдзю заснавання Беларус. дзярж. ун-та культуры і мастацтваў, Мінск, 25 лістап. 2015 г. / М-ва культуры Рэсп. Беларусь, Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў ; рэдкал.: Ю. П. Бондар (старш.) [і інш.]. – Мінск : БДУКМ, 2017. – С. 399–404.

16. *Стельмах, А. М.* Современные технологии арт-менеджмента и проблемы формирования театральной аудитории / А. М. Стельмах // Культура Беларусі: рэаліі сучаснасці : матэрыялы Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 12–13 чэрв. 2012 г. / Ін-т культуры Беларусі ; рэдкал.: І. І. Крук (гал. рэд.), А. А. Галкін, І. Р. Голубева. – Мінск, 2012. – С. 347–350.

17. *Тульчинский, Г. Л.* Маркетинг в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский. – СПб. ; М. ; Краснодар : Лань : Планета музыки, 2009. – 495 с.

18. *Тульчинский, Г. Л.* Менеджмент в сфере культуры : учеб.пособие / Г. Л. Тульчинский. – СПб. ; М. ; Краснодар : Лань : Планета музыки, 2009. – 541 с.

19. *Тульчинский, Г. Л.* Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учеб.пособие / Г. Л. Тульчинский. – СПб. ; М. ; Краснодар : Планета музыки : Лань, 2010. – 381 с.

20. Экономические основы культурной деятельности: индивидуальные предпочтения и общественный интерес : в 3 т. / под общ. ред. А. Я. Рубинштейна. – СПб. : Алетейя, 2002. – Т. 1 : Рынок культурных услуг: публика театра 90-х годов / отв. ред. А. Я. Рубинштейн, Ю. У. Фохт-Бабушкин. – 634 с.

Дополнительная

1. *Артемьева, Т. В.* Фандрейзинг : привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования : учеб.пособие / Т. В. Артемьева, Г. Л. Тульчинский. – СПб. ; М. ; Краснодар : Лань : Планета музыки, 2010. – 286 с.

2. *Арье, Е.* Как управлять карьерой режиссера / Е. Арье // ART-менеджер: журнал для профессионалов. – М.: Холдинговая компания «Блиц-Информ». – 2004. – № 1. – С. 55–57.

3. История зарубежного театра: в 4 т. / редкол.: Г. Н. Бояджиев, А. Г. Образцова. – М.: Просвещение, 1981–1987. – Т. 1: Театр Западной Европы от античности до Просвещения / под ред. Г. Н. Бояджиева, А. Г. Образцовой. – 2-е изд. – 1981. – 336 с.

4. *Котлер, Ф.* Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств / Ф. Котлер, Д. Шефф. – М. : Классика XXI, 2004. – 687 с.

5. Культура как стратегический ресурс: предпринимательство в культуре : кол.моногр. / под ред. И. Г. Хангельдиевой, Н. Г. Чаган. – М. :Русайнс, 2016. – Т. 1. – 330 с.

6. Культура как стратегический ресурс: предпринимательство в культуре : кол.моногр. / под ред. И. Г. Хангельдиевой, Н. Г. Чаган. – М. :Русайнс, 2016. – Т. 2. – 196 с.

7. *Мазура, В. Я.* Новыя тэатральныя праекты і формы дзейнасці ў сучасным беларускім сцэнічным мастацтве : па матэрыялах рэсп. друку / В. Я. Мазура // Аператыўная інфармацыя

па праблемах культуры і мастацтва / Нац. б-ка Беларусі. – Мінск, 1998. – Вып. 4. – С. 4–13.

8. *Михеева, О.* Альтернативный театр и другие... Из истории становления новых театров Беларуси 1980–90 гг. / О. Михеева; под науч. ред. Т. А. Ратобильской. – Минск: ООО Ковчег, 2005. – 64 с.

9. *Оганов, А. А.* Теория культуры [Электронный ресурс] / А. А. Оганов, И. Г. Хангельдиева. – СПб. : Лань : Планета музыки, 2017. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/90838>. – Дата доступа: 29.03.2017. – Загл. с экрана.

10. О модельном законе «О театре и театральной деятельности» : постановление Межпарламент. ассамблеи государств – участников Содружества Независимых Государств, 24 нояб. 2001 г., № 18 – [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2002.

11. О некоторых вопросах налогообложения в сферах культуры и информации : Указ Президента Респ. Беларусь, 14 апр. 2011 г., № 145 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2011. – № 4573.

12. О поддержке малого и среднего предпринимательства : Закон Респ. Беларусь, 1 июля 2010 г. № 148-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 30.12.2015 г. № 344-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2010. – № 170. – 2/1703.

13. О проведении культурно-зрелищных мероприятий : Указ Президента Респ. Беларусь, 19 окт. 2010 г., № 542 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2010. – № 253. – 1/12043.

14. Об авторском праве и смежных правах: Закон Респ. Беларусь, 17 мая 2011 г. № 262-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2011. – № 60. – 2/1813.

15. *Паниотова, Т. С.* Основы теории и истории искусств. Изобразительное искусство. Театр. Кино : учеб. пособие [Электронный ресурс] / Т. С. Паниотова, Г. А. Коробова, Л. И. Корсикова [и др.]. – СПб. : Лань : Планета музыки, 2017. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/91845>. – Дата доступа: 29.03.2017. – Загл. с экрана.

16. *Стэльмах, Г. М.* Сучаснае тэатральнае мастацтва Беларусі ў кантэксце прыярытэтаў дзяржаўнай палітыкі ў сферы

культуры / Г. М. Стэльмах // Культура. Наука. Творчество : X Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 12 мая 2016 г.: сб. науч. ст. / М-во культуры Респ. Беларусь. Белорус. гос. ун-т культуры и искусств ; редкол.: В. М. Черник (пред.) [и др.]. – Минск : БГУКИ, 2016. – С. 262–267.

17. *Стэльмах, Г. М.* Стан і тэндэнцыі развіцця антрэпрызы ў Беларусі канца ХХ – пачатку ХХІ стагоддзя : аўтарэф. дыс. ... канд. мастацтвазнаўства : 17.00.09 / Г. М. Стэльмах. – Мінск : [б. в.], 2014. – 24 с.

18. *Тэатральная Беларусь : энцыклапедыя : у 2 т. / пад агул. рэд. А. В. Сабалеўскага.* – Мінск : БелЭн, 2002–2003. – Т. 1 : «А досвіткі...» – Кучынская / Г. П. Пашкоў [і інш.]. – 2002. – 568 с.

19. *Тэатральная Беларусь : энцыклапедыя : у 2 т. / пад агул. рэд. А. В. Сабалеўскага.* – Мінск : БелЭн, 2002–2003. – Т. 2 : Лабанок – Яшчур / Г. П. Пашкоў [і інш.]. – 2003. – 576 с.

20. *Фокина, К. И.* Информационное сопровождение спектакля в современном театральном процессе : дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.01 / К. И. Фокина. – М., 2007. – 180 с.

21. *Шкарина, В. С.* Управление развитием предпринимательского потенциала театральных организаций: автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / В. С. Шкарина // Бесплатная электронная библиотека. Авторефераты, диссертации, методички, учебные программы, монографии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://diss.seluk.ru/av-ekonomika/786278-1-upravlenie-razvitiem-predprinimatelskogo-potenciala-teatralnih-organizaciy.php>. – Дата доступа: 15.02.2017.

Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине «Арт-менеджмент в сфере театрального искусства»

Самостоятельная работа студентов II ступени высшего образования является частью образовательного процесса и выступает в качестве стимулирующего средства развития их готовности к профессиональному самообразованию, а также приобретению знаний и навыков, соответствующих компетентностному подходу к структуре высшего профессионального образования – квалификации магистранта.

Самостоятельная работа магистранта направлена на систематизацию и закрепление полученных углубленных теоретических знаний и практических умений, формирование навыков самостоятельного решения практических задач.

Самостоятельная работа магистранта разделяется на обязательную и рекомендуемую.

Обязательная самостоятельная работа магистрантов предлагает изучение и систематизацию официальных государственных документов – законов, постановлений, указов, с использованием ресурсов портала www.pravo.by.

С целью закрепления узловых вопросов театрального арт-менеджмента магистрантам предлагается написание обоснования выбора пьесы с позиции ее коммерческой привлекательности по следующим основным параметрам:

- название и автор пьесы;
- тема и идея пьесы;
- жанр спектакля;
- целевая аудитория спектакля;
- режиссер и актерский состав спектакля;
- сценическая площадка для осуществления проката;
- сроки реализации спектакля;
- привлекательность спектакля для спонсоров.

Рекомендуемая самостоятельная работа магистрантов включает написание рефератов и выступление с докладами по основным темам дисциплины с использованием разработок отечественных и зарубежных авторов по искусствоведению, менеджменту и экономике культуры. В целях стимулирования

научно-исследовательских компетенций студента предлагается написание научных докладов, тезисов, статей и подготовка к выступлениям на научных конференциях.

Управляемая самостоятельная работа предполагает проведение публичной презентации и защиты обоснования выбора пьесы, а также выступления с докладами по выбранной проблематике.

Перечень рекомендуемых средств диагностики знаний магистрантов по дисциплине «Арт-менеджмент в сфере театрального искусства»

Оценка и диагностика достижений магистрантов выполняется поэтапно и может включать следующие основные средства:

- фронтальная беседа в ходе лекции;
- устный опрос во время семинарских занятий;
- письменное обоснование коммерческой привлекательности выбранной пьесы;
- подготовка выступлений с докладами по выбранной проблематике;
- творческие задания, связанные с анализом просмотренных спектаклей государственных и частных театров;
- проблемно-поисковая работа в группах;
- итоговый контроль в форме зачета.

Учебное издание

**АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ
В СФЕРЕ ТЕАТРАЛЬНОГО ИСКУССТВА**

*Учебная программа
учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности II ступени высшего образования
1-20 81 01 Арт-менеджмент*

Корректор В. Б. Кудласевич
Технический редактор А. В. Гицкая

Подписано в печать 2018. Формат 60x84 ¹/₁₆.
Бумага офисная. Ризография.
Усл. печ. л. 1,39. Уч.-изд. л. 0,94. Тираж экз. Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/177 от 12.02.2014.
ЛП № 02330/456 от 23.01.2014.
Ул. Рабкоровская, 17, 220007, г. Минск.