

Учреждение образования  
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»  
Институт повышения квалификации и переподготовки кадров



В.Р.Языкович

**УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
«МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ»**

специальности переподготовки: 1-17 01 73 «Звукорежиссура»  
квалификация: звукорежиссер

в соответствии с типовым учебным планом переподготовки, утвержденным  
28.03.2017 г., регистрационный № 25-13/19

Минск 2019

Разработчик программы:

*Д.Ю.Матуйзо*, преподаватель кафедры менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств»

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

Рекомендована к утверждению:

Советом Института повышения квалификации и переподготовки кадров учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств»

Протокол заседания от 04.05.2019 № 5

## ВВЕДЕНИЕ

Учебная программа по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры» разработана в соответствии с требованиями образовательного стандарта переподготовки руководящих работников и специалистов по специальности 1-17 01 73 «Звукорежиссура».

Программа предусматривает освоение слушателями основ менеджмента и маркетинга в сфере культуры.

**Цель** программы: формирование у слушателей компетенций в областях менеджмента и маркетинга.

**Задачи** программы:

освоение теоретических знаний в областях менеджмента и маркетинга;  
формирование понимания содержания и специфики управленческой и маркетинговой деятельности в сфере культуры.

**Методы** обучения: *пассивные* (объяснение материала в рамках занятий) и *активные* (активизация самостоятельного изучения и контент-анализа различных источников информации, а также конкретных субъектов социокультурной деятельности; организация выступлений по заданной проблематике и дискуссий в рамках практических занятий; деловые игры и работа в микрогруппах над решением учебных задач).

**Средства** обучения: печатные материалы: учебники, учебные пособия, монографии, материалы конференций, научные и публицистические статьи; видео-, аудио- и фотоматериалы; электронные ресурсы, содержащиеся как в специальных базах данных, так и в сети Интернет – электронные журналы, официальные сайты, материалы электронных средств массовой информации и т.д.; нормативные правовые акты и служебная документация; технические средства обучения.

**Основные требования к результатам обучения** в рамках программы.

Слушатели должны

*знать:*

структуру сферы культуры и отрасли культуры в Республике Беларусь;  
основные тенденции развития сферы культуры в Республике Беларусь;  
направления государственной культурной политики в Республике Беларусь;

названия и краткое содержание основных нормативных правовых актов, регулирующих деятельность в сфере культуры в Республике Беларусь;  
иерархию органов государственного управления в сфере культуры в Республике Беларусь;

ключевые термины из области менеджмента;

ключевые термины из области маркетинга;

основные характеристики культурного продукта и культурной услуги;  
основные принципы и механизмы управления персоналом и организацией в сфере культуры;

основные инструменты и принципы продвижения культурных продуктов и услуг на рынок;

ключевые аспекты проектирования как технологии социокультурной деятельности;

типы и виды организаций культуры и коллективов художественного творчества, а также приводить соответствующие примеры;

специфику предпринимательской деятельности в культуре;

специфику деятельности в различных областях социокультурной деятельности в Республике Беларусь, таких как музыкальная индустрия, система телерадиовещания, киноиндустрия и сфера создания видео- и телепродукции, театральная сфера, индустрия досуга и ивент-индустрия; место и роль специалиста в области звукорежиссуры в различных социокультурных проектах;

*уметь:*

анализировать деятельность субъектов в различных областях социокультурной деятельности по ряду критериев: организационная структура, направления деятельности, характер услуг и(или) тип создаваемого продукта(-ов), ресурсная база, деятельность по продвижению своих услуг на рынке, имидж, внешняя среда;

реализовывать в практике управления трудовыми коллективами и организациями (также и другими организационными структурами) основные принципы эффективного менеджмента, функции и механизмы менеджмента;

работать с нормативной правовой базой в сфере культуры и служебной документацией организации культуры;

выявлять основные тенденции развития различных областей социокультурной деятельности;

ориентироваться на белорусском рынке культурных продуктов и услуг, анализировать его конъюнктуру;

оценивать культурные продукты и услуги, в первую очередь, те, в создании (оказании) которых он принимает непосредственное участие в качестве специалиста в области звукорежиссуры, с позиции рыночной конъюнктуры и социальной значимости.

## ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| №<br>п/п | Название раздела, темы  | Количество часов |        |                      |                     |  |                      |              |          |             |
|----------|---|------------------|--------|----------------------|---------------------|--|----------------------|--------------|----------|-------------|
|          |   | Всего            | Лекции | Практические занятия | Семинарские занятия | Круглые столы,<br>тематические дискуссии | Лабораторные занятия | Деловые игры | Тренинги | Конференции |
| <b>1</b> | <b>Сфера культуры в Республике Беларусь</b>   |                  |        |                      |                     |  |                      |              |          |             |
| 1.1      | Понятие и структура сферы культуры в Республике Беларусь. Культурная политика                               | 4                | 2      |                      |                     |  |                      |              |          | 2           |
| 1.2      | Нормативное правовое регулирование в сфере культуры   | 4                | 2      |                      |                     |  |                      |              |          | 2           |
| <b>2</b> | <b>Основы менеджмента в сфере культуры</b>  |                  |        |                      |                     |  |                      |              |          |             |
| 2.1      | Теоретические основы менеджмента  | 4                | 2      |                      |                     |  |                      |              |          | 2           |
| 2.2      | Менеджмент персонала  | 4                | 2      |                      |                     |  |                      |              |          | 2           |
| 2.3      | Менеджмент организации и проекта  | 6                | 2      |                      |                     |  |                      |              |          | 4           |
| <b>3</b> | <b>Основы маркетинга в сфере культуры</b>   |                  |        |                      |                     |  |                      |              |          |             |
| 3.1      | Теоретические основы маркетинга   | 4                | 2      |                      |                     |  |                      |              |          | 2           |
| 3.2      | Специфика маркетинга культурных продуктов и услуг   | 4                | 2      |                      |                     |  |                      |              |          | 2           |
| <b>4</b> | <b>Организации в сфере культуры и коллективы художественного творчества</b>                                 |                  |        |                      |                     |  |                      |              |          |             |
| 4.1      | Виды и основные типы организаций культуры и коллективов художественного творчества; их внешняя и макросреда | 4                | 2      |                      |                     |  |                      |              |          | 2           |

|               |   |           |           |           |  |  |  |  |  |  |           |
|---------------|---|-----------|-----------|-----------|--|--|--|--|--|--|-----------|
| 4.2           | Основы предпринимательской деятельности в сфере культуры  | 4         |           | 2         |  |  |  |  |  |  | 2         |
| <b>5</b>      | <b>Специфика функционирования различных областей социокультурной деятельности в Республике Беларусь</b> |           |           |           |  |  |  |  |  |  |           |
| 5.1           | Музыкальная индустрия   | 8         |           | 4         |  |  |  |  |  |  | 4         |
| 5.2           | Система телерадиовещания  | 4         |           | 2         |  |  |  |  |  |  | 2         |
| 5.3           | Киноиндустрия и производство видео- и телепродукции   | 4         |           | 2         |  |  |  |  |  |  | 2         |
| 5.4           | Театральные и культурно-просветительские организации  | 4         |           | 2         |  |  |  |  |  |  | 2         |
| 5.5           | Индустрия досуга и ивент-индустрия в Республике Беларусь  | 4         |           | 2         |  |  |  |  |  |  | 2         |
| <b>Всего:</b> |   | <b>62</b> | <b>16</b> | <b>14</b> |  |  |  |  |  |  | <b>32</b> |

# **СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ**

## **Раздел 1.**

### **Сфера культуры в Республике Беларусь**

#### **Тема 1.1. Понятие и структура сферы культуры в Республике Беларусь. Культурная политика**

Понятие сферы культуры и отрасли культуры, их структура в Республике Беларусь. Отрасль культуры как часть народного хозяйства страны. Экономический и социальный эффекты развития сферы культуры. Функционирование сферы культуры в условиях социально ориентированной рыночной экономики. Культурная политика в Республике Беларусь: понятие, основное содержание, направления и пути реализации.

#### **Тема 1.2. Нормативное правовое регулирование в сфере культуры**

Нормативное правовое регулирование в сфере культуры: нормативное правовое обеспечение культурной деятельности посредством разработки нормативной правовой базы; основные нормативные правовые акты, регулирующие деятельность в сфере культуры; деятельность органов государственной власти и их полномочия в сфере культуры.

## **Раздел 2.**

### **Основы менеджмента в сфере культуры**

#### **Тема 2.1. Теоретические основы менеджмента**

Понятие менеджмента. Связи менеджмента с фундаментальными науками: экономикой, психологией, социологией; культурология и искусствоведение как теоретико-методологическая основа менеджмента в сфере культуры. Основные понятия менеджмента: субъект и объект управления, организация, трудовой коллектив (персонал), управленческое решение, функции менеджмента и т.д. Основные принципы эффективного менеджмента.

#### **Тема 2.2. Менеджмент персонала**

Персональный менеджмент как основа деятельности специалиста в сфере культуры. Трудовой коллектив (персонал) как объект управления. Трудовой коллектив как социальная группа. Механизмы менеджмента (социально-психологический, экономический, организационно-административный, информационный) и специфика их реализации в сфере культуры. Творческий коллектив как объект управления: понятие

и особенности творческого коллектива, этапы его развития, виды творческих коллективов и специфика управления.

### **Тема 2.3. Менеджмент организации и проекта**

Организация как объект управления. Виды организационных структур. Иерархия и уровни управления. Общая характеристика ресурсной базы организации культуры, виды ресурсов: нормативно-правовой, кадровый, финансовый, социально-демографический, материально-технический, информационно-методический. Документооборот в организации и служебная документация, виды документов в организациях культуры. Источники финансирования организаций культуры. Социокультурное проектирование как технология социокультурной деятельности. Социокультурный проект: понятие, основные черты и этапы реализации. Специфика менеджмента социокультурных проектов. Понятие и сущность арт-менеджмента.

## **Раздел 3.**

### **Основы маркетинга в сфере культуры**

#### **Тема 3.1. Теоретические основы маркетинга**

Понятие маркетинга. Связи маркетинга с фундаментальными науками: экономикой, психологией, социологией; культурология и искусствоведение как теоретико-методологическая основа маркетинга в сфере культуры. Основные понятия маркетинга: сегментирование рынка, позиционирование продукта (услуги), маркетинговая стратегия, бренд, маркетинговые исследования и т.д.

#### **Тема 3.2. Специфика маркетинга культурных продуктов и услуг**

Культурный продукт и культурная услуга: понятия и основные черты. Понятие и особенности социального маркетинга (маркетинга некоммерческих организаций). Комплекс маркетинга 4 «Р» и его специфика в сфере культуры. Маркетинговые коммуникации (реклама, пиар, стимулирование сбыта, личные продажи) и специфика их применения в сфере культуры.

## **Раздел 4.**

### **Организации в сфере культуры и коллективы художественного творчества**

#### **Тема 4.1. и основные типы организаций культуры и коллективов художественного творчества; их внешняя и макросреда**

Различные подходы к классификации организаций в сфере культуры: по цели деятельности (коммерческие и некоммерческие), по форме



собственности (государственные, частные, общественные, ведомственные), по характеру деятельности (театрально-зрелищные, культурно-просветительские, смешанного типа). Основные типы организаций культуры и их общая характеристика. Коллективы художественного творчества: организационно-правовые основы деятельности. Внешняя среда субъектов культурной деятельности и факторы макросреды, влияющие на их функционирование.

## **Тема 4.2. Основы предпринимательской деятельности в сфере культуры**

Основы предпринимательской деятельности в сфере культуры: основные черты и условия предпринимательства, субъекты предпринимательства и их организационно-правовые формы, нормативно-правовое регулирование предпринимательской деятельности в Республике Беларусь. Специфика предпринимательства в сфере культуры.

## **Раздел 5.**

### **Специфика функционирования различных областей социокультурной деятельности в Республике Беларусь**

#### **Тема 5.1. Музыкальная индустрия**

Музыкальная индустрия: понятие и структура. Музыкальная индустрия в Республике Беларусь как сегмент музыкальной культуры и часть экономики страны. Основные субъекты музыкальной индустрии, занятые в процессе создания и распространения музыкальных продуктов и оказания соответствующих услуг. Концертные организации как основные субъекты музыкальной индустрии. Общая характеристика деятельности филармонии, концертного зала, концертно-гастрольного агентства, продюсерского центра и т.д. Концерт: понятие, основные виды и принципы построения. Основы концертно-гастрольного менеджмента. Основы фестивального менеджмента, музыкальный фестиваль как социокультурный проект.

#### **Тема 5.2. Система телерадиовещания**

Система телерадиовещания в Республике Беларусь: структура и современное состояние. Общая характеристика деятельности основных субъектов системы телерадиовещания в Республике Беларусь: ГУ «Национальная государственная телерадиокомпания Республики Беларусь», ЗАО «Второй национальный телеканал», ЗАО «Столичное телевидение», крупнейшие радиостанции.

### **Тема 5.3. Киноиндустрия и производство видео- и телепродукции**

Развитие киноиндустрии в Республике Беларусь: общая характеристика деятельности Национальной киностудии «Беларусьфильм» и крупнейших частных кинокомпаний. Деятельность продакшн-компаний по производству видео- и телепродукции. Кинопроект: специфика и основные этапы.

### **Тема 5.4. Театральная сфера и деятельность культурно-просветительских организаций**

Театральные организации в Республике Беларусь: крупнейшие драматические, музыкальные и иные театры, специфика их деятельности. Спектакль как театральный проект: специфика и основные этапы реализации. Основные типы и специфика деятельности культурно-просветительских организаций.

### **Тема 5.5. Индустрия досуга и ивент-индустрия в Республике Беларусь**

Индустрия досуга и ивент-индустрия в Республике Беларусь: современные тенденции развития; типы организаций, работающих в данном сегменте и характеристика основных видов услуг.

# МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ИЗУЧЕНИЯ

## Раздел 1. Сфера культуры в Республике Беларусь

### Тема 1.1. Понятие и структура сферы культуры в Республике Беларусь. Культурная политика

#### *Вопросы*

1. Отрасль культуры в Республике Беларусь: структура и значение в жизни страны.
2. Социально ориентированная рыночная экономика как особый тип экономической системы.
3. Различные подходы к пониманию феномена культурной политики в современном мире.
4. Основные направления государственной культурной политики и пути их реализации в Республике Беларусь.
5. Программно-целевой подход в управлении сферой культуры. Программа «Культура Беларуси» на 2016-2020 гг.

#### *Список рекомендованной литературы*

1. Государственная программа «Культура Беларуси» на 2016–2020 гг.
2. Грыгаровіч, Я. Д. Менеджмент у сферы культуры // Прыкладная культуралогія : вучэб. дапам. / Я. Д. Грыгаровіч, А. І. Смолік. – Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2005. – С. 103-115.
3. Кодекс о культуре Республики Беларусь.
4. Социально-культурный менеджмент : теория и практика : сб. ст. / Мин-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств ; редкол. : А. И. Степанцов, С. Б. Мойсейчук, К. И. Ремишевский. – Минск : БГУКИ, 2014. – 132 с.

### Тема 1.2. Нормативно-правовое регулирование в сфере культуры

#### *Вопросы*

1. Кодекс о культуре Республики Беларусь: структура, значимость и сфера его применения.
2. Закон Республики Беларусь «О средствах массовой информации» и сфера его применения.
3. Закон Республики Беларусь «Об авторском праве и смежных правах» и сфера его применения.

4. Иерархия государственного управления сферой культуры: органы государственной власти и их полномочия.

### ***Список рекомендованной литературы***

1. Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://pravo.by/>.
2. Официальный сайт Министерства культуры Республики Беларусь. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.kultura.by/>.
3. Эканоміка і менеджмент у сферы культуры / рэд. І. Б. Лапцёнак. – Мінск : Інстытут культуры Беларусі, 2016. – 192 с.

## **Раздел 2.**

### **Основы менеджмента в сфере культуры**

#### **Тема 2.1. Теоретические основы менеджмента**

#### ***Вопросы***

1. Виды менеджмента: классификация по ряду критериев и их основное содержание.
2. Понятие управленческого решения, виды управленческих решений и специфика их использования.
3. Функции менеджмента: организация, мотивация, координация, контроль, мотивация.
4. Эффективность как основной критерий оценки управленческой деятельности; критерии оценки эффективности менеджмента в сфере культуры.

### ***Список рекомендованной литературы***

1. Кабушкин, Н. И. Основы менеджмента : учеб. пособие / Н. И. Кабушкин. – М. : Новое знание, 2004. – 364 с.
2. Переверзев, М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учеб. пособие / М. П. Переверзев, Т. В. Косцов. – Москва : ИНФРА-М, 2007. – 192 с.
3. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие. – 4-е изд. / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб : Лань ; Планета музыки, 2009. – 544 с.
4. Чижиков, В. М. Теория и практика социокультурного менеджмента : учебник / В. М. Чижиков, В. В. Чижиков. – Москва : МГУКИ, 2008. – 608 с.

## **Тема 2.2. Менеджмент персонала**

### ***Вопросы***

1. Персональный менеджмент (самоменеджмент или self-management) как залог успешной деятельности специалиста.
2. Тайм-менеджмент как составная часть персонального менеджмента: основные принципы распределения времени.
3. Механизмы менеджмента (социально-психологический, экономический, организационно-административный, информационный) и специфика их реализации в сфере культуры.
4. Специфика управления творческим коллективом.

### ***Список рекомендованной литературы***

1. Архангельский, Г. Тайм-драйв. Как успевать жить и работать / Г. Архангельский. – М., 2013 – 185 с.
2. Беяцкий, Н. П. Управление персоналом: учеб. пособие / Н. П. Беяцкий, С. Е. Велесько, П. Ройш. – Минск: Книжный Дом; Экоперспектива, 2005. – 352 с.
3. Переверзев, М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учеб. пособие / М. П. Переверзев, Т. В. Косцов. – Москва: ИНФРА-М, 2007. – 192 с.
4. Резник, С. Д. Персональный менеджмент / С. Д. Резник и др. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М. – 2004. – 622 с.
5. Сакун, А. А. Самоменеджмент: учеб. пособ. для бак. / А. А. Сакун, К. П. Аветисян, Н. А. Калугина. – Одесса: ОНАС им. А. С. Попова. – 144 с.
6. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры: учеб. пособие. – 4-е изд. / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб: Лань; Планета музыки, 2009. – 544 с.

## **Тема 2.3. Менеджмент организации и проекта**

### ***Вопросы***

1. Виды организационных структур: линейная, линейно-функциональная, диффузионная, штабная, матричная и т.д.
2. Виды ресурсов, необходимых для деятельности субъектов культуры: нормативно-правовой, кадровый, финансовый, социально-демографический, материально-технический, информационно-методический.
3. Документооборот в организации и служебная документация, виды документов в организациях культуры.
4. Источники финансирования организаций культуры.
5. Социокультурное проектирование как технология социокультурной деятельности.

### **Список рекомендованной литературы**

1. Артемьева, Т. В. Фандрейзинг : привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования / Т. В. Артемьева, Г. Л. Тульчинский. – СПб. : Лань ; Планета музыки, 2010. – 284 с.
2. Барма, О. А. Техническое обеспечение культурно-зрелищных программ : пособие для работников культуры / О. А. Барма, Е. А. Макарова, Д. Ю. Матуйзо, В. М. Монтик ; ГУ «Минский областной центр народного творчества». – Минск : Издатель Владимир Сивчиков, 2018. – 123 с.
3. Дымникова, А. И. Ресурсное обеспечение учреждений культуры в условиях рыночной экономики / А. И. Дымникова, А. Г. Иксанов. – М. : Тетралис, 2008. – 265 с.
4. Кабушкин, Н. И. Основы менеджмента : учеб. пособие / Н. И. Кабушкин. – М. : Новое знание, 2004. – 364 с.
5. Проектные технологии в социально-культурной сфере : пособ. для работников культуры / науч. рук. Е. А. Макарова. – Минск : Издатель Владимир Сивчиков, 2017. – 126 с.
6. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие. – 4-е изд. / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб : Лань ; Планета музыки, 2009. – 544 с.
7. Шекова, Е. Л. Управление учреждениями культуры в современных условиях : учеб. пособие / Е. Л. Шекова. – СПб. : Лань ; Планета музыки, 2014. – 416 с.
8. Эканоміка і менеджмент у сферы культуры / рэд. І. Б. Лапцёнак. – Мінск : Інстытут культуры Беларусі, 2016. – 192 с.

### **Раздел 3.**

#### **Основы маркетинга в сфере культуры**

#### **Тема 3.1. Теоретические основы маркетинга**

##### **Вопросы**

1. Рыночная система: основные законы и механизмы
2. Сегментирование рынка: основные подходы и критерии.
3. Позиционирование продукта (услуги): основные принципы.
4. Понятие маркетинговой стратегии и различные подходы к классификации маркетинговых стратегий.
5. Взаимосвязь понятий имидж – репутация – бренд, технология брендинга.
6. Значение и виды маркетинговых исследований.

### ***Список рекомендованной литературы***

1. Дибб, С. Практическое руководство по сегментированию рынка : Цели, анализ, стратегии / С. Дибб, Л. Симкин ; пер. с англ. С. Жильцов. – СПб. : Питер, 2002. – 239 с.
2. Котлер, Ф. Все билеты проданы : стратегии маркетинга исполнит. искусств / Ф. Котлер, Дж. Шефф ; пер. с англ. Л. Акопян, Е. Дубинец, С. Грохотов. – М. : Классика-XXI, 2004. – 687 с.
3. Тульчинский, Г. Л. Маркетинг в сфере культуры / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб. : Планета Музыки, 2009. – 387 с.

### **Тема 3.2. Специфика маркетинга культурных продуктов и услуг**

#### ***Вопросы***

1. Основные свойства культурного продукта и услуги.
2. Понятие и особенности социального маркетинга (маркетинга некоммерческих организаций).
3. Каналы доставки продукта и услуг потребителю.
4. Виды рекламы и их основная характеристика.
5. Пиар: понятие, виды и специфика в сфере культуры.

#### ***Список рекомендованной литературы***

1. Колбер, Ф. Маркетинг культуры и искусства / Ф. Колбер ; пер. с англ. Л. Г. Мочалова. – 2-я ред. – СПб. : АртПресс, 2004. – 255 с.
2. Котлер, Ф. Все билеты проданы : стратегии маркетинга исполнит. искусств / Ф. Котлер, Дж. Шефф ; пер. с англ. Л. Акопян, Е. Дубинец, С. Грохотов. – М. : Классика-XXI, 2004. – 687 с.
3. Тульчинский, Г. Л. PR фирмы : технология и эффективность / Г. Л. Тульчинский. – СПб. : Планета Музыки ; Лань, 2012. – 325 с.
4. Тульчинский, Г. Л. Total Branding : мифодизайн постинформационного общества. Бренды и их роль в современном бизнесе и культуре / Г. Л. Тульчинский. – СПб. : Филологический факультет СПбГУ ; Факультет свободных искусств и наук СПбГУ, 2013. — 280 с.
5. Шекова, Е. Л. Управление учреждениями культуры в современных условиях : учебное пособие / Е. Л. Шекова. – СПб. : Лань ; Планета музыки, 2014. – 416 с.

## Раздел 4. Организации в сфере культуры и коллективы художественного творчества

### Тема 4.1 Виды и основные типы организаций культуры и коллективов художественного творчества; их внешняя и макросреда

#### *Вопросы*

1. Особенности статуса организаций культуры различных форм собственности и цели деятельности.
2. Специфика деятельности театрально-зрелищных организаций.
3. Специфика деятельности культурно-просветительских организаций.
4. Специфика деятельности организаций смешанного типа.
5. Иные типы организаций в сфере культуры.
6. Организационно-правовые основы деятельности коллективов художественного творчества различных типов (профессиональные, непрофессиональные, аутентичные фольклорные).

#### *Список рекомендованной литературы*

1. Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности : сб. ст. / Мин-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств ; под ред. : С. Б. Мойсейчук, А. И. Степанцова. – Минск : БГУКИ, 2011. – 155 с.
2. Грыгаровіч, Я. Д. Менеджмент у сферы культуры / Я. Д. Грыгаровіч, А. І. Смолік // Прыкладная культуралогія : вучэб. дапам. / Я. Д. Грыгаровіч, А. І. Смолік. – Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2005. – С. 103–115.
3. Киселева, Т. Г. Отраслевые учреждения социально-культурного профиля // Социально-культурная деятельность : учебник / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников – Москва : МГУКИ, 2004. – С. 315–330.
4. Кодекс о культуре Республики Беларусь
5. Макарова, Е. А. Технологии арт-менеджмента : пособие для работников культуры / Е. А. Макарова ; ГУ «Минский областной центр народного творчества». – Минск : Издатель Змицер Колас, 2014. – 146 с.
6. Социально-культурный менеджмент : теория и практика : сб. ст. / Мин-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств ; редкол. : А. И. Степанцов, С. Б. Мойсейчук, К. И. Ремишевский. – Минск : БГУКИ, 2014. – 132с.
7. Шекова, Е. Л. Управление учреждениями культуры в современных условиях : учеб. пособие / Е. Л. Шекова. – СПб. : Лань ; Планета музыки, 2014. – 416 с.



## **Тема 4.2 Основы предпринимательской деятельности в сфере культуры**

### ***Вопросы***

1. Понятие предпринимательства и его основные черты.
2. Понятие субъекта предпринимательства, организационно-правовые формы субъектов предпринимательства в Республике Беларусь.
3. Нормативно-правовое регулирование предпринимательской деятельности в Республике Беларусь.
4. Специфика предпринимательства в сфере культуры.

### ***Список рекомендованной литературы***

1. Валигурский, Д. И. Организация предпринимательской деятельности : Учебник / Д. И. Валигурский. – Минск : Дашков и К, 2005. – 740 с.
2. Андрос, И. Современное белорусское предпринимательство // Общество и экономика. – 2011. - №6. – С. 13-28
3. Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://pravo.by/>
4. Сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://belstat.gov.by>

### **Раздел 5.**

## **Специфика функционирования различных областей социокультурной деятельности в Республике Беларусь**

### **Тема 5.1 Музыкальная индустрия**

#### ***Вопросы***

1. Музыкальная индустрия как часть белорусской музыкальной культуры: структура и современное состояние.
2. Субъекты белорусской музыкальной индустрии: концертно-гастрольные организации (филармонии, концертные залы, гастрольные агентства и т.д.), студии звукозаписи, музыкальные издательства и т.д.
3. Концерт: понятие, основные виды и принципы построения.
4. Концертно-гастрольный менеджмент.
5. Фестивальный менеджмент.
6. Анализ деятельности организации, осуществляющей деятельность в рамках музыкальной индустрии (на выбор слушателя). Анализ должен содержать следующие сведения: организационная структура, направления деятельности, характер услуг и(или) тип создаваемого продукта(-ов),

ресурсная база, деятельность по продвижению своих услуг на рынке, имидж, внешняя среда.

### ***Список рекомендованной литературы***

1. Макарова, Е. А. Теория и технологии арт-менеджмента : науч.-метод. пособие / Е. А. Макарова ; Мин-во культуры Респ. Беларусь, ГУО «Институт культуры Беларуси». – Минск : Институт культуры Беларуси, 2013. – 130 с.
2. Макарова, Е. А. Технологии арт-менеджмента: пособие для работников культуры / Е. А. Макарова ; ГУ «Минский областной центр народного творчества». – Минск : Издатель Змицер Колас, 2014. – 146 с.
3. Макарова, Е. А. Организация концертно-зрелищной деятельности : пособие для работников культуры / Е. А. Макарова, С. Б. Мойсейчук, И. Л. Смаргович ; ГУ «Минский областной центр народного творчества». – Минск : Издатель Змицер Колас, 2015. – 164 с.
4. Барма, О. А. Техническое обеспечение культурно-зрелищных программ : пособие для работников культуры / О. А. Барма, Е. А. Макарова, Д. Ю. Матуйзо, В. М. Монтик ; ГУ «Минский областной центр народного творчества». – Минск : Издатель Владимир Сивчиков, 2018. – 123 с.
5. Официальный сайт Белгосфилармонии. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.philharmonic.by/>

## **Тема 5.2 Система телерадиовещания**

### ***Вопросы***

1. Система телерадиовещания в Республике Беларусь: структура и современное состояние.
2. Характеристика ГУ «Национальная государственная телерадиокомпания Республики Беларусь».
3. Характеристика ЗАО «Второй национальный телеканал».
4. Анализ деятельности радиовещательной организации на выбор слушателя.

### ***Список рекомендованной литературы***

1. Сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://belstat.gov.by>
2. Официальный сайт ГУ «Национальная государственная телерадиокомпания Республики Беларусь». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.tvr.by/>
3. Официальный сайт ЗАО «Второй национальный телеканал». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ont.by/>

4. Каталог белорусских радиостанций. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://minskby.info/radio\\_belarusy.html](http://minskby.info/radio_belarusy.html). – Дата доступа : 13.05.2019.

### **Тема 5.3. Киноиндустрия и производство видео- и телепродукции**

#### ***Вопросы***

1. Общая характеристика деятельности Национальной киностудии «Беларусьфильм».
2. Крупнейшие белорусские частные кинокомпании и продюсерские центры.
3. Деятельность продакшн-компаний по производству видео- и телепродукции.
4. Кинопроект: специфика и основные этапы.

#### ***Список рекомендованной литературы***

1. Основы продюсерства : аудиовизуал. сфера : учеб. для студ. вузов, обуч. по спец. в обл. кино и телевидения / В. В. Арсеньев, И. Д. Барский, А. Л. Богданов и др. ; под. ред. Г. П. Иванова [и др.]. – М. : Юнити, 2003. – 719 с.
2. Официальный сайт Национальной киностудии «Беларусьфильм». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.belarusfilm.by/>
3. Директор белорусской кинокомпании : «В Голливуде считают, что Беларусь – это страна риска». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://news.tut.by/culture/459171.html>. – Дата доступа : 25.05.2019.
4. Хочу рекламный ролик – куда обратиться? Обзор белорусских продакшн-студий. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://marketing.by/analitika/khochu-reklamnyy-rolik-kuda-obratitsya-obzor-belaruskikh-prodakshn-studiy/>. – Дата доступа : 03.06.2019.

### **Тема 5.4. Театральная сфера и деятельность культурно-просветительских организаций**

#### ***Вопросы***

1. Виды театров и их краткая характеристика. Крупнейшие белорусские театры.
2. Спектакль как театральный проект: специфика и основные этапы реализации.
3. Основные типы и специфика деятельности культурно-просветительских организаций.

### ***Список рекомендованной литературы***

1. Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности : сб. ст. / Мин-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств ; под ред. : С. Б. Мойсейчук, А. И. Степанцова. – Минск : БГУКИ, 2011. – 155 с.
2. Интернет-проект «Театральная Беларусь». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://belarus-theatre.net/>.
3. Смаргович, И. Л. Культурно-досуговая индустрия : сущность и содержание / И. Л. Смаргович // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў. – Мінск, 2007. – №8. – С. 109–115.
4. Социально-культурный менеджмент: теория и практика : сб. ст. / Мин-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств ; [редкол. : А. И. Степанцов, С. Б. Мойсейчук, К. И. Ремишевский]. – Минск : БГУКИ, 2014. – 132 с.

### **Тема 5.5. Индустрия досуга и ивент-индустрия в Республике Беларусь**

#### ***Вопросы***

1. Индустрия досуга в Республике Беларусь: основные тенденции развития.
2. Субъекты индустрии досуга.
3. Ивент-индустрия в Республике Беларусь: основные тенденции развития.
4. Ивент-агентство как основной субъект ивент-индустрии: общая характеристика деятельности.

### ***Список рекомендованной литературы***

1. Event-маркетингу в Беларуси быть! // Информационный портал. – [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа : <http://vsemenu.by/gid/sobutiya/event-marketingu-v-belarusi-byt/>. – Дата доступа : 20.11.2018.
2. Белорусский event-рынок, или голь на выдумки хитра! – [Электронный ресурс] : [marketing.by](http://marketing.by) – Режим доступа : <http://marketing.by/main/market/analytics/0019172/> - Дата доступа : 15.10.2018.
3. Ивент-агентства : Настоящий праздник должен быть хорошо подготовлен // Информационный новостной портал. – [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа : <http://news.tut.by/summer/161340.html>. – Дата доступа : 28.10.2018.
4. Смаргович, И. Л. Культурно-досуговая индустрия : сущность и содержание / И. Л. Смаргович // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў. – Мінск, 2007. – №8. – С. 109–115.

### **Форма текущей аттестации – экзамен.**

# МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ СЛУШАТЕЛЕЙ

## Вопросы к экзамену

1. Сфера культуры: понятие и структура.
2. Сфера культуры в условиях социально ориентированной рыночной экономики.
3. Культурная политика в Республике Беларусь: понятие и основные направления.
4. Государственное управление в сфере культуры в Республике Беларусь.
5. Нормативно-правовое регулирование в сфере культуры.
6. Менеджмент как теория и практика.
7. Основные понятия менеджмента.
8. Основные принципы эффективного менеджмента.
9. Механизмы менеджмента и специфика их реализации в сфере культуры.
10. Персональный менеджмент как основа деятельности специалиста в сфере культуры.
11. Творческий коллектив как объект управления.
12. Организация как объект управления. Ресурсная база организации культуры.
13. Документооборот в организации и служебная документация, виды документов в организациях культуры.
14. Источники финансирования организаций культуры.
15. Социокультурный проект: понятие, основные черты и этапы реализации.
16. Понятие и сущность арт-менеджмента.
17. Маркетинг как теория и практика.
18. Основные понятия маркетинга.
19. Культурный продукт и культурная услуга: понятия и основные черты.
20. Комплекс маркетинга 4 «Р» и его специфика в сфере культуры.
21. Маркетинговые коммуникации и специфика их применения в сфере культуры.
22. Виды и основные типы организаций культуры.
23. Внешняя среда организаций культуры и взаимодействие с её элементами.
24. Факторы макросреды и их воздействие на деятельность в сфере культуры.
25. Профессиональные коллективы художественного творчества: организационно-правовые основы деятельности.
26. Непрофессиональные (любительские) коллективы художественного творчества: организационно-правовые основы деятельности.

27. Понятие предпринимательства и его основные черты; организационно-правовые формы субъектов предпринимательства в Республике Беларусь.

28. Нормативно-правовое регулирование предпринимательской деятельности в Республике Беларусь.

29. Специфика предпринимательства в сфере культуры

30. Музыкальная индустрия как часть белорусской музыкальной культуры: структура и современное состояние.

31. Субъекты белорусской музыкальной индустрии.

32. Концерт: понятие, основные виды и принципы построения.

33. Концертно-гастрольный менеджмент.

34. Фестивальный менеджмент.

35. Система телерадиовещания в Республике Беларусь: структура и современное состояние.

36. Субъекты киноиндустрии и производители видео- и телепродукции в Республике Беларусь.

37. Кинопроект: специфика и основные этапы.

38. Театральные организации в Республике Беларусь и специфика их деятельности.

39. Спектакль как театральный проект: специфика и основные этапы.

40. Специфика деятельности культурно-просветительских организаций в Республике Беларусь. Индустрия досуга и ивент-индустрия в Республике Беларусь.

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

### Основная

1. Артемьева, Т. В. Фандрейзинг : привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования / Т. В. Артемьева, Г. Л. Тульчинский. — СПб. : Лань ; Планета музыки, 2010. — 284 с.
2. Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности : сб. ст. / Мин-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств ; под ред. : С. Б. Мойсейчук, А. И. Степанцова. — Минск : БГУКИ, 2011. — 155 с.
3. Беляцкий, Н. П. Управление персоналом : учеб. пособие / Н. П. Беляцкий, С. Е. Велесько, П. Ройш. — Минск : Книжный Дом ; Экоперспектива, 2005. — 352 с.
4. Валигурский, Д. И. Организация предпринимательской деятельности : учебник / Д. И. Валигурский. — Минск : Дашков и К, 2005. — 740 с.
5. Грыгаровіч, Я. Д. Менеджмент у сферы культуры // Прыкладная культуралогія : вучэб. дапам. / Я. Д. Грыгаровіч, А. І. Смолік. — Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2005. — С. 103–115.
6. Дымникова, А. И. Ресурсное обеспечение учреждений культуры в условиях рыночной экономики / А. И. Дымникова, А. Г. Иксанов. — М. : Тетралис, 2008. — 265 с.
7. Кабушкин, Н. И. Основы менеджмента : учеб. пособие / Н. И. Кабушкин. — М. : Новое знание, 2004. — 364 с.
8. Киселева, Т. Г. Отраслевые учреждения социально-культурного профиля // Социально-культурная деятельность : учебник / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников — М. : МГУКИ, 2004. — С. 315–330.
9. Кодекс о культуре Республики Беларусь.
10. Колбер, Ф. Маркетинг культуры и искусства / Ф. Колбер ; пер. с англ. Л. Г. Мочалова. — 2-я ред. — Санкт-Петербург : АртПресс, 2004. — 255 с.
11. Котлер, Ф. Все билеты проданы : стратегии маркетинга исполнит. искусств / Ф. Котлер, Дж. Шефф ; пер. с англ. Л. Акопян, Е. Дубинец, С. Грохотов. — М. : Классика-XXI, 2004. — 687 с.
12. Эканоміка і менеджмент у сферы культуры / рэд. І. Б. Лапцёнак. — Мінск : Інстытут культуры Беларусі, 2016. — 192 с.
13. Макарова, Е. А. Организация концертно-зрелищной деятельности : пособие для работников культуры / Е. А. Макарова, С. Б. Мойсейчук, И. Л. Смаргович ; ГУ «Минский областной центр народного творчества». — Минск : Издатель Змицер Колас, 2015. — 164 с.
14. Макарова, Е. А. Теория и технологии арт-менеджмента : науч.-метод. пособие / Е. А. Макарова ; Мин-во культуры Респ. Беларусь, ГУО «Институт культуры Беларуси». — Минск : Институт культуры Беларуси, 2013. — 130 с.

15. Макарова, Е. А. Технологии арт-менеджмента : пособие для работников культуры / Е. А. Макарова ; ГУ «Минский областной центр народного творчества». – Минск : Издатель Змицер Колас, 2014. – 146 с.
16. Переверзев, М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учеб. пособие / М. П. Переверзев, Т. В. Косцов. – Москва : ИНФРА-М, 2007. – 192 с.
17. Резник, С. Д. и др. Персональный менеджмент / С. Д. Резник и др. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М. – 2004. – 622 с.
18. Сакун, А. А. Самоменеджмент : учеб. пособ. для бак. / А. А. Сакун, К. П. Аветисян, Н. А. Калугина. – Одесса : ОНАС им. А. С. Попова. – 144 с.
19. Смаргович, И. Л. Культурно-досуговая индустрия : сущность и содержание / И. Л. Смаргович // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў. – Мінск, 2007. – №8. – С. 109-115.
20. Социально-культурный менеджмент : теория и практика : сб. ст. / Мин-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств ; редкол. : А. И. Степанцов, С. Б. Мойсейчук, К. И. Ремишевский. – Минск : БГУКИ, 2014. – 132 с.
21. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие. – 4-е изд. / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб : Лань ; Планета музыки, 2009. – 544 с.
22. Тульчинский, Г. Л. PR фирмы : технология и эффективность / Г. Л. Тульчинский. – СПб. : Планета Музыки ; Лань, 2012. – 325 с.
23. Тульчинский, Г. Л., Герасимов С. В., Лохина Т. Е. Менеджмент специальных событий в сфере культуры / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина. – СПб. : Планета Музыки ; Лань, 2015. – 267 с.
24. Тульчинский, Г. Л., Шекова Е. Л. Маркетинг в сфере культуры / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб. : Планета Музыки, 2009. – 387 с.
25. Чижиков, В. М. Теория и практика социокультурного менеджмента : учебник / В. М. Чижиков, В. В. Чижиков. – М. : МГУКИ, 2008. – 608 с.
26. Шекова, Е. Л. Управление учреждениями культуры в современных условиях : учебное пособие / Е. Л. Шекова. – СПб. : Лань ; Планета музыки, 2014. – 416 с.

### *Дополнительная*

1. Андрос, И. Современное белорусское предпринимательство // Общество и экономика. – 2011. - №6. – С. 13-28
2. Архангельский, Г. Тайм-драйв. Как успевать жить и работать / Г. Архангельский. – М., 2013 – 185 с.
3. Барма, О. А. Техническое обеспечение культурно-зрелищных программ : пособие для работников культуры / О. А. Барма, Е. А. Макарова, Д. Ю. Матуйзо, В. М. Монтик ; ГУ «Минский областной центр народного творчества». – Минск : Издатель Владимир Сивчиков, 2018. – 123 с.



4. Государственная программа «Культура Беларуси» на 2016-2020 гг.
5. Дибб, С. Практическое руководство по сегментированию рынка / С. Дибб, Л. Симкин. – М., 2002 – 223 с.
6. Иванов, Г.П. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера: учеб. для вузов / Г. П. Иванов, П. К. Огурчиков, В. И. Сидоренко. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 719 с.
7. Киселева, Т. Г. Социально-культурная деятельность : учеб. / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М. : МГУКИ, 2004. – 481 с.
8. Макарова, Е. А. Технологии культурно-досуговой деятельности : пособ. для работников культуры / Е. А. Макарова, С. Б. Мойсейчук, И. Л. Смаргович ; ГУ «Минский областной центр народного творчества». – Минск : Издатель Владимир Сивчиков, 2016. – 173 с.
9. Проектные технологии в социально-культурной сфере : пособ. для работников культуры / науч. рук. Е. А. Макарова. – Минск : Издатель Владимир Сивчиков, 2017. – 126 с.
10. Тульчинский, Г. Л. Total Branding: мифодизайн постинформационного общества. Бренды и их роль в современном бизнесе и культуре / Г. Л. Тульчинский. – СПб. : Филологический факультет СПбГУ ; Факультет свободных искусств и наук СПбГУ, 2013. — 280 с.

### *Электронные ресурсы сети Интернет*

#### *Информационные порталы и официальные сайты*

1. Интернет-проект «Театральная Беларусь». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belarus-theatre.net/>.
2. Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.by/>.
3. Официальный сайт Белгосфилармонии. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.philharmonic.by>.
4. Официальный сайт ГУ «Национальная государственная телерадиокомпания Республики Беларусь». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tvr.by/>.
5. Официальный сайт ЗАО «Второй национальный телеканал». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ont.by/>.
6. Официальный сайт Министерства культуры Республики Беларусь. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kultura.by/>.
7. Официальный сайт Национальной киностудии «Беларусьфильм». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belarusfilm.by/>.
8. Сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>.
9. Электронный журнал «Арт-менеджер». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.artmanager.ru](http://www.artmanager.ru).

*Статьи, размещенные на Интернет-ресурсах*

1. Event-маркетингу в Беларуси быть! // Информационный портал. – [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://vsemenu.by/gid/sobutiya/event-marketingu-v-belarusi-byt/>. – Дата доступа: 20.11.2018.
2. Белорусский event-рынок, или голь на выдумки хитра! – [Электронный ресурс]: [marketing.by](http://marketing.by) – Режим доступа: <http://marketing.by/main/market/analytics/0019172/> - Дата доступа: 15.10.2018
3. Директор белорусской кинокомпании: «В Голливуде считают, что Беларусь – это страна риска». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tut.by/culture/459171.html>. – Дата доступа: 25.05.2019.
4. Ивент-агентства: Настоящий праздник должен быть хорошо подготовлен // Информационный новостной портал. – [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://news.tut.by/summer/161340.html>. – Дата доступа: 28.10.2018.
5. Каталог белорусских радиостанций. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://minskby.info/radio\\_belarusy.html](http://minskby.info/radio_belarusy.html). – Дата доступа: 13.05.2019.
6. Хочу рекламный ролик – куда обратиться? Обзор белорусских продакшн-студий. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketing.by/analitika/khochu-reklamnyy-rolik-kuda-obratitsya-obzor-belaruskikh-prodakshn-studiy/>. – Дата доступа: 03.06.2019.