

дисциплины студенты дневной и заочной форм обучения выполняют самостоятельную работу, состоящую из написания реферата на актуальную тему, выполнения творческих заданий (составление ресурсной карты международного культурного проекта, подготовка пресс-релиза международного мероприятия в сфере культуры и др.), составления тезисов одного из вопросов к практическим занятиям. Поощряется подготовка аналитических статей по результатам посещения международных культурных мероприятий, контент-анализов публикаций в белорусских и зарубежных СМИ в предметной области и др.

По итогам курса студенты должны ориентироваться в институциональной среде отрасли, уметь работать с актами законодательства, оформлять проектные заявки и разрабатывать концепции международных культурных программ, составлять проектно-сметные документации, использовать современные средства маркетинга, рекламы и PR и др.

Таким образом, учебная дисциплина «Технологии организации международных культурных связей» содействует глубокому пониманию проблем сферы культуры у будущих специалистов, формированию конкурентоспособной компетентной личности, способной эффективно работать в жестких условиях и имеющих потенциал для решения сложных задач.

## **ПРИКЛАДНОЕ ЗНАЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ФЕСТИВАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

*Филиппенко В.В., старший  
преподаватель кафедры  
межкультурных коммуникаций*

Исходя из деятельностного подхода в современной науке, фестиваль – это социокультурная акция, нацеленная на сохранение, популяризацию и обновление культурных традиций в процессе системной передачи нормативно-ценностного опыта человечества и способствующая самореализации личности во всех видах культуротворческой деятельности.

В свою очередь, менеджмент – это совокупность определенных принципов, средств, методов, форм управления производством в условиях рыночной экономики, а так же финансовыми, интеллектуальными и иными существующими социокультурными ресурсами [1, с. 428].

Таким образом, опираясь на определение фестиваля, а так же учитывая сущность дефиниции «менеджмент», учебная дисциплина

«фестивальный менеджмент» включает в себя следующие вопросы, которые раскрываются в процессе обучения:

1. Сущность, принципы, функции, виды фестивалей.

Научно-теоретические знания о сущностных характеристиках фестиваля как транслятора культурной информации, носителя определенных культурных норм, ценностей, идеалов и функционирующего согласно культурозначимых принципов и функций, проявляющихся в существующем многообразии видов данного акта творчества.

2. Сущность и структура мастерства менеджера сферы культуры.

Знания о специфике и основных принципах деятельности менеджеров, осуществляющих социально значимую мировую, региональную и национальную культурную политику в сфере международных культурных связей посредством организации и проведения фестивалей.

3. Финансовый менеджмент.

В частности, фандрайзинг, то есть формирование бюджета фестиваля за счет привлечения средств из альтернативных источников (прежде всего – это поиск спонсоров и инвесторов) с конечной целью получения прибыли [2, с. 32].

4. Менеджмент программы фестиваля.

Работа по отбору и формированию конкурсных и внеконкурсных программ, мастер-классов, семинаров, руководство членами отборочной комиссии, поиск компетентных специалистов в состав жюри и непосредственное сотрудничество с ними, подведение итогов фестиваля с целью уточнения фестивальной концепции и последующим ее улучшением.

5. Кадровый менеджмент.

Подбор, расстановка и управление персоналом, задействованным во всех службах и отделах фестиваля.

6. Логистический менеджмент.

Выполнение основных управленческих функций с помощью прогрессивных информационно-компьютерных технологий; внутренний аудит с целью минимизации затрат; ценообразование всех услуг, предлагаемых в процессе функционирования фестиваля; оптимизация затрат, включая затраты по заработной плате нанятым для проведения фестиваля работникам; координация и контроль служб по месту дислокации фестиваля (службы приема и размещения участников и гостей фестиваля, служба транспортных услуг, отделы, занятые проведением специальных программ, входящих в общую концепцию фестиваля: кофе-паузы, вечерние программы, банкеты).

7. Правовое обеспечение.

Знание и применение нормативно-правовой законодательной базы, с целью реализации программ и проектов в сфере культуры,

регулирования трудовых отношений, контроля над соблюдением авторских прав, правил страхования рисков при доставке и использовании культурных ценностей, предметов искусства или материалов, являющихся частной собственностью, а так же страхования жизни (если это предусматривает формат фестиваля).

8. Менеджмент в сфере маркетинга, рекламы и общественных связей.

Навыки в разработке рекламной стратегии с учетом передовых рекламных технологий, организации мероприятий, спланированных в соответствии с задачами, форматом и художественной составляющей фестиваля, целью которых является продвижение фестиваля как значимой социокультурной акции.

Овладение вышеперечисленными разделами, входящими в общий курс учебной дисциплины «фестивальный менеджмент» определяет ее следующее прикладное значение:

– умение осуществлять системный и сравнительный анализ при использовании полученного базиса научно-теоретических знаний для решения теоретических и практических задач в области организации фестиваля как социокультурного проекта, осуществляемого с учетом современных тенденций развития фестивального движения в условиях культурной интеграции и ее ключевых характеристик;

– умение осуществлять социокультурное взаимодействие, проявляющиеся в продуктивном осуществлении межличностной, групповой и массовой коммуникации, протекающей с учетом культурных норм, ценностей и идеалов каждого из коммуникантов с целью культурного взаимообогащения и сохранения непреходящих ценностей мировой культуры;

– креативный подход в практическом использовании полученных научно-теоретических знаний с целью выбора нестандартных и продуктивных методов, способов, технологий создания, проведения и продвижения фестиваля в социокультурном пространстве;

– умение использовать в управленческой деятельности прогрессивных информационно-компьютерных технологий, передовых технических средств, актуальных методов и способов ранжирования существующей информации, касающейся вопросов, входящих в проблемное поле культуролога-менеджера;

– владение навыками фандрайзинга, кадрового, логистического, программно-инновационного, рекламного менеджмента, необходимых для создания, проведения и продвижения фестиваля на отечественном и мировом рынке культурных продуктов и услуг;

– умение использовать нормативно-правовую законодательную базу с целью реализации государственных, региональных, ведомственных программ и проектов в сфере культуры;

– умение с наименьшими психологическими и временными потерями совершенствовать профессиональные и личностные качества с целью самоактуализации личности как высшего уровня личностного развития.

Таким образом, научно-теоретическая база, полученная в процессе изучения дисциплины «фестивальный менеджмент», позволяет культурологу-менеджеру эффективно ее использовать в своей практической деятельности. Данные научные знания позволяют решать задачи, касающиеся выбора наиболее востребованных социокультурной ситуацией видов и форматов фестивалей, продуктивных методов, способов, технологий его организации, проведения и продвижения с учетом процессов, происходящих в мировой культурной динамике, а так же с учетом особенностей, характерных для функционирования современного третичного сектора национальной и мировой экономики.

---

1. Крысин, Л.П. Толковый словарь иноязычных слов / Л.П. Крысин. – 2-е изд., доп. – М.: Рус. яз., 2000. – 856 с. – (Б-ка словарей рус. яз.).

2. Куликова, Ю.П. Фандрайзинг в сфере культуры / Ю.П. Куликова // Вестник Томского государственного университета. – 2012. – № 4(8). – С. 32 – 39.

## **НОВАЦИИ В ПРЕПОДАВАНИИ МУЗЫКАЛЬНОЙ ИНФОРМАТИКИ**

*Кунцевич О.М., преподаватель  
кафедры информационных  
технологий в культуре*

В настоящее время музыкальная информатика это не только необходимое звено музыкального образования, но и важная часть теоретической основы компьютерных технологий в целом. Профессия менеджера-культуролога связано с широким спектром направлений культурной жизни и искусства, в том числе и с музыкальным. При этом речь может идти как о музыкантах-профессионалах, так и о музыкантах – любителях. В современную эпоху информатизации общества для обеих групп особенную актуальность имеют компьютерные технологии в музыке.

Как сказал Пьер Шеффер, английский музыкант и исследователь, в своем интервью для журнала: «Мне кажется, что в период высоких технологий может произойти одно из двух: либо сама технология приходит на помощь искусству, которое находится в состоянии краха (это было моей отправной точкой: конкретная музыка с магнитофоном, теперь электронная музыка и т. д.), либо