

Установа адукацыі
«Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў»

ЗАЦВЯРДЖАЮ

Прарэктар па навуковай рабоце
БДУКМ

_____ В. Р. Языковіч

«__» _____ 2020 г.

Рэгістрацыйны № ВД - __/вуч.

АРТ-ІНДУСТРЫЯ

*Вучэбная праграма ўстановы вышэйшай адукацыі
па вучэбнай дысцыпліне для спецыяльнасці
1-21 04 01 Культуралогія (па напрамках),
напрамку спецыяльнасці
1-21 04 01-02 Культуралогія (прыкладная)*

Вучэбная праграма складзена на аснове адукацыйнага стандарту вышэйшай адукацыі ОСВО 1-21 04 01-2013 па спецыяльнасці 1-21 04 01 Культуралогія (па напрамках); вучэбных планаў па спецыялізацыях 1-21 04 01-02 01 Менеджмент сацыяльнай і культурнай сферы, 1-21 04 01-02 02 Менеджмент міжнародных культурных сувязей, 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рэкламы і грамадскіх сувязей, 1-21 04 01-02 04 Інфармацыйныя сістэмы ў культуры

СКЛАДАЛЬНІК

І. Л. Смарговіч, дацэнт кафедры менеджменту сацыяльна-культурнай дзейнасці ўстановы адукацыі «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў»

РЭЦЭНЗЕНТЫ:

В. С. Каваленка, дацэнт кафедры культуралогіі прыватнай установы адукацыі «Інстытут сучасных ведаў імя А. М. Шырокава», кандыдат мастацтвазнаўства, дацэнт;

Т. С. Жылінская, загадчык кафедры інфармацыйных тэхналогій у культуры ўстановы адукацыі «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў», кандыдат педагагічных навук

РЭКАМЕНДАВАНА ДА ЗАЦВЯРДЖЭННЯ:

кафедрай менеджменту сацыяльна-культурнай дзейнасці ўстановы адукацыі «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў» (пракакол № 8 от 06.03.2019);

прэзідыумам навукова-метадычнага савета ўстановы адукацыі «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў» (пракакол № 4 ад 17.04.2019)

Адказны за рэдакцыю: В. Б. Кудласевіч

Адказны за выпуск: І. Л. Смарговіч

ТЛУМАЧАЛЬНАЯ ЗАПІСКА

«Арт-індустрія» – вучэбная дысцыпліна для студэнтаў I ступені вышэйшай адукацыі 1-21 04 01 Культуралогія (па на-прамках), напрамку спецыяльнасці 1-21 04 01-02 Культуралогія (прыкладная), спецыялізацыі 1-21 04 01-02 02 Менеджмент сацыяльнай і культурнай сферы, 1-21 04 01-02 02 Менеджмент міжнародных культурных сувязей, 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рэкламы і грамадскіх сувязей, 1-21 04 01-02 04 Інфармацыйныя сістэмы ў культуры.

Вучэбная праграма распрацавана з улікам сучасных патрабаванняў, якія прад'яўляюцца да падрыхтоўкі спецыялістаў вышэйшай кваліфікацыі, і з выкарыстаннем навуковых і метадычных работ вядучых тэарэтыкаў і практыкаў, прысвечаных пытанням развіцця арт-індустрій. У рамках дадзенай вучэбнай дысцыпліны фарміруюцца кампетэнцыі ў арганізацыйна-кіраўнічай, інавацыйна-метадычнай, камерцыйнай, фінансава-гаспадарчай, маркетынгавай і рэкламна-інфармацыйнай відах дзейнасці.

Мэтай вучэбнай дысцыпліны «Арт-індустрія» з'яўляецца засваенне студэнтамі тэарэтычных асноў арт-індустрій, фарміраванне ў студэнтаў навыкаў і ўменняў у галіне арганізацыі дзейнасці розных сектараў арт-індустрій ў Рэспубліцы Беларусь.

У ходзе навучання ў студэнтаў набываюцца новыя веды і паглыбляюцца тэорыі, якія былі атрыманы імі ў працэсе вывучэння дысцыплін сацыяльна-культурнага, культуралагічнага і прадпрымальніцкага цыклаў. Выкладанне вучэбнай дысцыпліны вядзецца з улікам ведаў студэнтаў, атрыманых у рамках наступных дысцыплін: «Тэорыя і гісторыя СКД», «Асновы менеджменту», «Рэсурсная база СКД», «Асновы культурна-адпачынкавай дзейнасці», «Менеджмент у сферы культуры», «Маркетынг у сферы культуры», «Эканоміка культуры», «Рэклама ў сферы культуры», «Сацыяльна-культурнае праектаванне». Веды і ўменні, якія студэнты атрымаюць у ходзе вывучэння вучэбнай дысцыпліны «Арт-індустрія», прымяняюцца і паглыбляюцца ў ходзе праходжання імі вытворчай (пераддыпломнай) практыкі, якая арганізуюецца кафедрай на базах сацыяльна-культурных і культурна-адпачынкавых устаноў.

Задачы вучэбнай дысцыпліны:

– авалоданне студэнтамі тэарэтычнымі ведамі па асновах арт-індустрыі;

– выпрацоўка ў студэнтаў навыкаў праектавання і арганізацыі дзейнасці розных сектараў арт-індустрыі ў Рэспубліцы Беларусь;

– азнаямленне студэнтаў з практыкай і вопытам дзейнасці ўстаноў і функцыянавання праектаў у галіне арт-індустрыі Беларусі;

– вывучэнне студэнтамі тэхналагічных асноў развіцця арт-індустрыі ў Рэспубліцы Беларусь;

– фарміраванне ў студэнтаў неабходных кампетэнцый і навыкаў для актыўнага ўдзелу ў рэалізацыі разнастайных прадпрымальніцкіх праектаў у галіне культуры і мастацтва.

Змест лекцыйнага курса складаюць асновы арт-індустрыі. Лекцыйны курс прадугледжвае тэарэтычныя асновы арт-індустрыі; аналізуецца гісторыя станаўлення арт-індустрыі за мяжой і ў нашай краіне; разглядаюцца механізмы і тэхналогія арт-індустрыі, інфраструктура і сегменты арт-індустрыі, прыярытэтныя кірункі яе развіцця. У працэсе выкладання вучэбнай дысцыпліны прадугледжваецца набыццё студэнтамі базавых ведаў і кампетэнцый у галіне арганізацыі арт-індустрыі, прадпрымальніцкай дзейнасці ў сферы культуры і мастацтва і авалоданне практычнымі навыкамі кіравання вытворчымі працэсамі ў розных сектарах арт-індустрыі.

У выніку вывучэння вучэбнай дысцыпліны «Арт-індустрыя» студэнт павінен *ведаць*:

– сутнасць арт-індустрыі, канцэптуальна-тэарэтычныя асновы яе станаўлення і развіцця;

– гісторыю станаўлення і тэндэнцыі развіцця сучаснай арт-індустрыі;

– інфраструктуру і механізмы функцыянавання арганізацый і прадпрыемстваў у сферы арт-індустрыі;

– тэхналогію арт-індустрыі;

– асаблівасці арт-індустрыі як сферы прадпрымальніцкай дзейнасці;

– спецыфіку развіцця творчых індустрый і творчых кластараў.

Студэнт павінен умець:

- рэалізоўваць механізмы культурнага прадпрымальніцтва;
- арганізоўваць дзейнасць розных сектараў арт-індустрыі;
- забяспечваць арганізацыйна-кіраўніцкае функцыянаванне ўстаноў і прадпрыемстваў у сферы арт-індустрыі;
- кіраваць вытворчымі працэсамі ў розных сектарах арт-індустрыі;
- укараняць у практыку атрыманыя веды аб працэсе рэалізацыі прадпрымальніцкіх праектаў у галіне культуры і мастацтва.

Студэнт павінен валодаць:

- навыкамі арганізацыйна-кіраўніцкай, фінансава-эканамічнай, творчай, маркетынгавай і рэкламна-інфармацыйнай дзейнасці ў розных сектарах арт-індустрыі;
- тэхналогіямі распрацоўкі бізнес-праектаў у сферы арт-індустрыі.

Вучэбная праграма прадугледжвае вывучэнне тэарэтычных асноў і станаўлення арт-індустрыі, практыкі яе функцыянавання, інфраструктуры, сегментаў арт-індустрыі, тэхналогій яе развіцця ў краіне.

Працэс выкладання вучэбнай дысцыпліны «Арт-індустрыя» ўключае наступныя формы і метады: лекцыі, семінарскія, практычныя і лабараторныя заняткі, самастойную работу студэнтаў: ажыццяўленне праграмы назірання за дзейнасцю суб'ектаў у сферы арт-індустрыі; наведванне мерапрыемстваў сферы арт-індустрыі; аналіз артыкулаў рэспубліканскага друку і Інтэрнэту па пытаннях, якія датычацца арт-індустрыі; напісанне рэфератаў і дакладаў па абранай тэме; прагляд відэамаатэрыялаў аб асаблівасцях развіцця розных сектараў арт-індустрыі; распрацоўка тэматычнага гласарыя; пошук інфармацыі па зададзенай тэме; вывучэнне літаратуры па праблемах курса; канспектаванне; падрыхтоўка паведамленняў і дакладаў для выступлення на занятках; наведванне або прагляд відэамаатэрыялаў пра вопыт арганізацыі прадпрымальніцкай дзейнасці ў сферы культуры і мастацтва.

У адпаведнасці з адукацыйным стандартам падрыхтоўкі спецыялістаў I ступені вышэйшай адукацыі спецыяльнасці 1-21 04 01 Культуралогія (па напрамках) вывучэнне вучэбнай дысцыпліны «Арт-індустрыя» накіравана на фарміраванне наступных *акадэмічных кампетэнцый* студэнтаў:

АК-1. Умець выкарыстоўваць базавыя навукова-тэарэтычныя веды для вырашэння тэарэтычных і практычных задач.

АК-2. Валодаць сістэмным і параўнальным аналізам.

АК-4. Умець працаваць самастойна.

АК-5. Быць здольным выпрацоўваць новыя ідэі (валодаць крэатыўнасцю).

АК-6. Валодаць міждысцыплінарным падыходам да вырашэння праблем.

АК-8. Валодаць навыкамі вуснай і пісьмовай камунікацыі.

АК-9. Умець вучыцца, павышаць сваю кваліфікацыю на працягу ўсяго жыцця.

Студэнт павінен атрымаць наступныя *сацыяльна-асобасныя кампетэнцыі*:

САК-1. Валодаць грамадзянскімі якасцямі.

САК-2. Быць здольным да сацыяльнага ўзаемадзеяння.

САК-3. Валодаць здольнасцю да міжасобасных камунікацый.

САК-5. Быць здольным да крытыкі і самакрытыкі.

САК-6. Умець працаваць у камандзе.

САК-9. Фарміраваць і аргументаваць уласныя меркаванні і прафесійную пазіцыю.

Пасля вывучэння вучэбнай дысцыпліны студэнт павінен валодаць наступнымі *прафесійнымі кампетэнцыямі*:

ПК-1. Далучаць розныя групы насельніцтва і асобных індывідаў да працэсу стварэння, асваення, захавання і распаўсюджвання каштоўнасцей культуры ў культурнай сферы.

ПК-2. Выкарыстоўваць нарматыўна-прававую базу галіны культуры.

ПК-3. Рэалізоўваць агульнадзяржаўныя, рэгіянальныя і ведамасныя праграмы і праекты ў сферы культуры і мастацтваў.

ПК-4. Ацэньваць стан, тэндэнцыі і перспектывы развіцця сферы арт-індустрыі.

ПК-5. Прагназаваць, планаваць і арганізоўваць інавацыйную і мастацка-творчую дзейнасць у сферы арт-індустрыі.

ПК-6. Выяўляць інтарэсы і пазнавальныя патрэбы насельніцтва ў розных відах вольнага часу.

ПК-9. Арганізоўваць сваю працу на навуковай аснове, валодаць камп'ютарнымі метадамі збору, захавання і апрацоўкі інфармацыі ў сферы прафесійнай дзейнасці.

ПК-18. Забяспечваць арганізацыйна-кіраўнічае функцыянаванне ўстаноў, арганізацый сферы арт-індустрыі.

ПК-19. Распрацоўваць сацыяльна-культурныя праекты ў камерцыйнай, фінансава-гаспадарчай дзейнасці.

ПК-20. Арганізоўваць фінансава-эканамічнае забеспячэнне праектаў у сферы культуры і мастацтваў.

ПК-21. Садзейнічаць пераходу ўстаноў культуры і мастацтваў на новыя ўмовы гаспадарання, садзейнічаць іх працы ва ўмовах рынковых адносін.

Вучэбным планам на вывучэнне вучэбнай дысцыпліны «Арт-індустрыя» ўсяго прадугледжана 208 гадзін, з іх 90 гадзін – аўдыторныя заняткі. Прыкладнае размеркаванне аўдыторных гадзін па відах заняткаў: лекцыі – 14 гадзін, лабараторныя заняткі – 76 гадзін.

Рэкамендаваная форма выніковага кантролю ведаў студэнтаў – экзамен.

ЗМЕСТ ВУЧЭБНАГА МАТЭРЫЯЛУ

Тэма 1. Уводзіны. Арт-індустрыя як інавацыйны кірунак развіцця культуры

Змест тэрміна «арт-індустрыя». Арт-індустрыя як самастойная сфера дзейнасці. Прадмет, змест, задачы вучэбнай дысцыпліны «Арт-індустрыя». Логіка і паслядоўнасць праходжання тэм.

Арт-індустрыя як інавацыйны кірунак развіцця культуры. Асноўныя характарыстыкі, мэты і функцыі арт-індустрыі. Арт-індустрыя як мастацкая камунікацыя на арт-рынку.

Арт-індустрыя як сектар эканомікі, які ўключае ў сябе вытворчасць, збыт твораў мастацтва і паслуг у сферы культуры і мастацтва, спалучаныя сектары і спажывецкую аўдыторыю.

Паняцце «мастацка-творчая прадукцыя». Класіфікацыя і тыпы мастацка-творчай прадукцыі. Арт-прадукцыя – мастацкія творы, творчыя праекты, якія маюць мастацкі кампанент і з'яўляюцца таварам на рынку культурных паслуг.

Арт-індустрыя і рыначныя зносіны. Базавыя катэгорыі рынку і рынкавых зносін у арт-індустрыі. Арт-бізнес як камерцыйная, прадпрымальніцкая дзейнасць, якая накіравана на задавальненне мастацка-эстэтычных запатрабаванняў патэнцыяльнай аўдыторыі (гледачоў, чытачоў, слухачоў) і арыентаваная на відовішчнасць; сфера ўзаемадзеяння і супрацоўніцтва, інтэграцыі аўтараў твораў/вытворцаў, арт-менеджараў і спажыўцоў.

Тэма 2. Тэарэтычныя асновы развіцця арт-індустрыі

Тэарэтычныя асновы арт-індустрыі: тэорыя Дж. Сантаяны і В. Зомбарта (паняцці «індустрыяльнае мастацтва» і «мастацкая прамысловасць»), А. Бергсан і В. Беньямін – тэхналогіі механізаванай вытворчасці «культурных індустрыяў» пры вырабе твораў мастацтва; Т. Адорна і М. Хоркхаймер (крытыка стандартызацыі культурнага жыцця, адрозніванне высокай і масавай культуры, культуріндустрыя); Ж. Бадрыяр і межы сацыяльнай тэорыі (масавае спажыванне як сацыяльны феномен); канцэпцыя «культурнага капіталізму» Дж. Рыфкіна; канцэпцыя «цывілізацыі вольнага часу» Ж. Дзюмазедзе і Ж. Фурасье; канцэпцыя масавага грамадства Х. Артэгі-і-Гасета. Ра-

боты Дж. Браўна, прысвечаныя развіццю культурнай індустрыі і яе прафесіяналізацыі ва ўмовах сучаснай эканомікі.

Тэорыя творчых індустрыі расійскіх даследчыкаў А. Зелянцовай і М. Гладкіх. Творчыя індустрыі і арт-індустрыя як аб'екты даследавання беларускай навукі.

Тэма 3. Станаўленне арт-індустрыі: сусветны і беларускі вопыт

Сусветная арт-індустрыя як сістэма: гісторыя, сегменты і элементы інфраструктуры, узаемасувязі, функцыі, заканамернасці і спажывецкая аўдыторыя. Узнікненне сістэмы вытворчых працэсаў у мастацтве.

Гісторыя развіцця арт-індустрыі ў Еўропе і на Захадзе. Умовы развіцця сусветнага арт-рынку. Асноўныя тэндэнцыі развіцця сусветнага арт-рынку.

Гісторыя станаўлення арт-індустрыі ў Беларусі. Сацыяльна-культурныя і эканамічныя ўмовы яе развіцця.

Тэма 4. Тэхналогія арт-індустрыі

Арт-менеджмент як арганізацыйна-кіраўніцкая тэхналогія арт-індустрыі. Тэхналагічны ланцужок арт-індустрыі: вытворцы, суб'екты, арт-прадукты і паслугі, сістэма прасоўвання і продажу, спажывецкая аўдыторыя. Канвеер вытворчасці ў арт-індустрыі. Структура вытворчасці і спажывання прадуктаў культуры і мастацтва.

Спецыфіка і асноўныя характарыстыкі мастацкага прадукту. Арт-прадукт як тавар. Фарміраванне кошту арт-прадукту. Фактары, якія аказваюць уплыў на коштаўтварэнне арт-прадукту. Арт-рынак як сегмент рынку інвестыцый.

Суб'екты арт-рынку: вытворца/мастак, спажывец, арт-менеджар/пасрэднік.

Асаблівасці фарміравання айчыннага арт-рынку.

Комплекс маркетынгу ў арт-індустрыі. Арт-брэндынг як этап у стварэнні пакупніцкага інтарэсу. Выкарыстанне інтэрнэт-тэхналогій у сістэме арт-індустрыі.

Тэма 5. Інфраструктура арт-індустрыі ў Беларусі

Інфраструктура арт-індустрыі ў Рэспубліцы Беларусь: структура і асноўныя сегменты. Установы і арганізацыі ў структуры арт-індустрыі.

Дзяржаўны і прыватны сектары арт-індустрыі ў Беларусі.

Дзейнасць прадпрыемстваў, арганізацый, кампаній, творчых аб'яднанняў і прыватных фірм і агенцтваў па вытворчасці арт-прадукту і арганізацыі арт-мерапрыемстваў і праектаў. Праграмы і праекты дзяржаўных сацыяльна-культурных устаноў у сферы арт-індустрыі. Сродкі масавай інфармацыі і арт-індустрыя.

Рэсурсная база развіцця арт-індустрыі ў Беларусі (нарматыўны, кадравы, фінансавы, арганізацыйна-кіраўніцкі, матэрыяльна-тэхнічны, сацыяльна-дэмаграфічны, інфармацыйны рэсурсы). Тэхналогія стварэння малога прадпрыемства ў сферы арт-індустрыі.

Тэма 6. Развіццё сегментаў арт-індустрыі ў Беларусі

Сегментарная разнастайнасць арт-індустрыі ў Рэспубліцы Беларусь. Сегмент візуальных і выканальніцкіх мастацтваў (тэатральна-відовішчны сегмент арт-індустрыі і канцэртна-гастрольная сфера, музычны шоу-бізнес як частка арт-індустрыі). Галерэйна-выставачны бізнес. Рамёствы і дызайн у структуры арт-індустрыі. Кінавытворчасць і кінапракатная сістэма. Тэлевізійныя, камп'ютарныя і інтэрнэт-тэхналогіі ў структуры арт-індустрыі. Выдавецкая дзейнасць. Дасугава-забаўляльная індустрыя як частка арт-індустрыі. Індустрыя моды.

Менеджмент канцэртна-гастрольнай дзейнасці. Дзейнасць канцэртных агенцтваў па арганізацыі гастрольных тураў. Спецыфіка гастрольных тураў.

Музычны шоу-бізнес як частка арт-індустрыі. Структура дзейнасці ў сферы шоу-бізнесу: артыстычны менеджмент, вытворчасць, відовішчныя мерапрыемствы, маркетынг і прамоўшн, рэклама, выдавецкая дзейнасць, тэхнічныя службы, вытворчасць сувеніраў, продаж аўтарскіх правоў.

Агульная характарыстыка галерэйна-выставачнага бізнесу як арт-сістэмы. Суб'екты галерэйна-выставачнага бізнесу:

музеі, мастацкія галерэі, камерцыйныя арганізацыі, аўкцыёны, арт-дылеры, эксперты, калекцыянеры. Спецыялізацыя суб'ектаў галерэйна-выставачнага рынку.

Тэма 7. Індустрыя дасугу як кірунак прадпрыемальніцкай дзейнасці ў арт-індустрыі

Паняцце, сутнасць, задачы і асноўныя функцыі індустрыі дасугу. Дзейнасць прафесійных суб'ектаў (прадпрыемстваў, арганізацый і прыватных фірм) па стварэнні і прасоўванні дасугава-забаўляльных тавараў і паслуг. Характарыстыка сегментаў індустрыі дасугу. Рынак дасугава-забаўляльных паслуг. Класіфікацыйныя прыкметы дасугава-забаўляльных паслуг.

Развіццё індустрыі дасугу ў Рэспубліцы Беларусь. Асаблівасці развіцця рынку культурна-забаўляльных паслуг у гарадскіх умовах і на рэгіянальным узроўні.

Інстытуцыянальная структура дасугава-забаўляльнай індустрыі як сукупнасць узаемазвязаных і ўзаемазалежных інстытуцыянальных адзінак (з іх нарматыўна-прававым, матэрыяльным, фінансавым і іншым забеспячэннем).

Сфера дасугава-забаўляльных паслуг як сектар эканомікі. Дзяржаўны і недзяржаўны сектар у структуры індустрыі дасугу.

Тэма 8. Творчыя індустрыі: сутнасць, гісторыя развіцця і сучасны стан

Творчыя індустрыі: паняцце і сутнасць. Гісторыя і фактары станаўлення творчых індустрыяў. Тэарэтычныя перадумовы развіцця творчых індустрыяў. Творчыя індустрыі як інструмент развіцця гарадоў і тэрыторый. Асноўныя элементы канцэпцыі творчых індустрыяў.

Спецыфіка сферы творчых індустрыяў. Асноўныя сегменты сферы творчых індустрыяў.

Замежны вопыт развіцця творчых індустрыяў. Характар узаемасувязей творчых індустрыяў з арт-індустрыяй і яе сегментамі.

Напрамкі і ўмовы развіцця творчых індустрыяў у Рэспубліцы Беларусь.

Тэма 9. Крэатыўныя прасторы і творчыя кластары як механізмы развіцця творчых індустрыяў

Творчыя кластары і креатыўныя прасторы: паняцці і сутнасць. Практыка развіцця творчых кластараў і творчых/креатыўных прастораў: замежны і беларускі вопыт.

Творчыя кластары як супольнасць творча арыентаваных прадпрыемстваў, якія ўзаемадзейнічаюць на закрытай тэрыторыі. Стратэгія, напрамкі, формы дзейнасці творчых кластараў. Умовы фарміравання і перспектывы развіцця творчых кластараў на тэрыторыі Беларусі. Тэхналогія стварэння творчага кластара.

Развіццё творчых/креатыўных прастораў у Беларусі.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

ВУЧЭБНА-МЕТАДЫЧНАЯ КАРТА ВУЧЭБНАЙ ДЫСЦЫПЛІНЫ
Дзённая форма атрымання адукацыі

Нумар тэмы	Назва тэмы	Колькасць аўдыторных гадзін			Колькасць гадзін КСР	Форма кантролю ведаў
		лекцыі	семінарскія заняткі	лабараторныя заняткі		
1	Уводзіны. Арт-індустрыя як інавацыйны кірунак развіцця культуры	2	2			
2	Тэарэтычныя асновы развіцця арт-індустрыі	2	2		2	вуснае выступленне
3	Станаўленне арт-індустрыі: сусветны і беларускі вопыт	2	2		2	даклад
4	Тэхналогія арт-індустрыі	2		6	2	даклад з відэа-прэзентацыяй
5	Інфраструктура арт-індустрыі ў Беларусі	4	2	6		
6	Развіццё сегментаў арт-індустрыі ў Беларусі	4	2	8	4	прадстаўленне прэзентацыйных матэрыялаў па сегментах арт-індустрыі
7	Індустрыя дасугу як кірунак прадпрымальніцкай дзейнасці ў арт-індустрыі	2		8	4	абарона мадэлі бізнес-плана малога прадпрыемства/ камерцыйнага праекта ў індустрыі вольнага часу
8	Творчыя індустрыі: сутнасць, гісторыя развіцця і сучасны стан	4	2	4	2	вуснае выступленне
9	Крэатыўныя прасторы і творчыя кластары як механізмы развіцця творчых індустрыяў	2		4	2	абарона мадэлі творчага кластара
	Усяго...	24	12	36	18	

Завочная форма атрымання адукацыі

Нумар тэмы	Назва тэмы	Колькасць аўдыторных гадзін				Форма кантролю ведаў
		лекцыі	семінарскія заняткі	практычныя заняткі	лабараторныя заняткі	
1	Уводзіны. Арт-індустрыя як інавацыйны кірунак развіцця культуры	2	2			
2	Тэарэтычныя асновы развіцця арт-індустрыі					
3	Станаўленне арт-індустрыі: сусветны і беларускі вопыт	2				
4	Тэхналогія арт-індустрыі		2	2		
5	Інфраструктура арт-індустрыі ў Беларусі			2		
6	Развіццё сегментаў арт-індустрыі ў Беларусі	2		2	2	прадстаўленне прэзентацыйных матэрыялаў па сегментах арт-індустрыі
7	Індустрыя дасугу як кірунак прадпрымальніцкай дзейнасці ў арт-індустрыі		2	2		абарона мадэлі бізнес-плана малога прадпрыемства/ камерцыйнага праекта ў індустрыі вольнага часу
8	Творчыя індустрыі: сутнасць, гісторыя развіцця і сучасны стан					
9	Крэатыўныя прасторы і творчыя кластары як механізмы развіцця творчых індустрыяў			2		
	Усяго...	6	6	10	2	

ІНФАРМАЦЫЙНА-МЕТАДЫЧНАЯ ЧАСТКА

Літаратура

Асноўная

1. *Зеленцова, Е. В.* Творческие индустрии: теории и практики / Е. В. Зеленцова, Н. В. Гладких. – М. : Классика – XXI, 2010. – 240 с.

2. Кодэкс Рэспублікі Беларусь аб культуры: уступ. у сілу з 3 лют. 2017 г. / адк. за вып. Н. В. Судзілоўская. – Мінск : Нац. цэнтр прававой інфарм. Рэсп. Беларусь, 2016. – 271 с.

3. *Костерина, А. Б.* Искусство и коммерция : учеб. пособие / А. Б. Костерина. – Екатеринбург : Изд-во ГОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет», 2007. – 153 с.

4. *Макарова, Е. А.* Теория и технологии арт-менеджмента: науч.-метод. пособие / Е. А. Макарова. – Минск : Ин-т культуры Беларуси, 2013. – 131 с.

5. *Макарова, Е. А.* Технологии культурно-досуговой деятельности. Пособие для работников культуры / Е. А. Макарова, С. Б. Мойсейчук, И. Л. Смаргович. – Минск : Издатель Владимир Сивчиков, 2016. – 174 с.

6. *Макарова, Е. А.* Организация концертно-зрелищной деятельности. Пособие для работников культуры / Е. А. Макарова, С. Б. Мойсейчук, И. Л. Смаргович. – Минск : Издатель Змицер Колас, 2015. – 164 с.

7. *Мельвиль, Е. Х.* Правовые и экономические модели деятельности в сфере культуры и творческого предпринимательства : учеб. пособие / Е. Х. Мельвиль. – М. : Дело, 2010. – 192 с.

8. *Наумова, С. А.* Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие / С. А. Наумова. – Томск : ТПУ, 2003. – 127 с.

9. *Смаргович, И. Л.* Основы культурно-досуговой деятельности: учеб.-метод. пособие / И. Л. Смаргович ; М-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств. – Минск : БГУКИ, 2013. – 174 с.

Дадатковая

1. *Акимова, Л. А.* Социология досуга : учеб. пособие / Л. А. Акимова. – М. : МГУКИ, 2003. – 123 с.

2. Антонова, А. А. Арт-кластеры как пространство для развития культурного потенциала города / А. А. Антонова // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. – 2015. – № 47. – С. 56–59.

3. Ариарский, М. А. Прикладная культурология / М. А. Ариарский. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб. : Эго, 2001. – 288 с.

4. Бокова, А. В. Индустриализация культуры: от критики к построению сети / А. В. Бокова // Междунар. журнал исследований культуры [Электронный ресурс]. – 2017. – №1(26). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/industria-lizatsiya-kultury-ot-kritiki-k-postroeniyu-seti>. – Дата доступа: 29.01.2019.

5. Браун, Дж. Культурные индустрии. Выявление культурных ресурсов территории / Дж. Браун // Презентация на семинаре «Культурные индустрии. Выявление культурных ресурсов территории». 14–18 июля 2003 года. Петрозаводск [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cpolicy.ru/analytics/64.html>. – Дата доступа: 06.08.2018.

6. Брэтон, Ф. Выбух камунікацыі: Нараджэнне новай ідэалогіі / Ф. Брэтон, С. Пру ; пер. з фр. А. Мароза. – Мінск : Беларус. Фонд Сораса, 1995. – 336 с.

7. Горушкина, С. Н. Многофункциональные центры культуры / С. Н. Горушкина // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2010. – № 5. – С. 97–102.

8. Гунаре, М. Толковый словарь актуальных социокультурных терминов / М. Гунаре, И. Маркина. – Рига, 2007. – 299 с.

9. Давыдчик, М. Креативная индустрия и экономика культуры: роль европейской политики в развитии отрасли / М. Давыдчик // АРТ-менеджер. – 2008. – № 2 (18). – С. 23–26.

10. Дрюк (Шмидт), Л. А. Проблемы предпринимательства в сфере услуг шоу-бизнеса / Л. А. Дрюк (Шмидт), Г. С. Мерзликина // Научный диалог: Молодой ученый : сб. науч. тр. по материалам II Междунар. науч. конф. – 2016. – С. 14–17.

11. Зеленцова, Е. Подробная характеристика московских кластеров: Творческий кластер: московское измерение / Е. Зеленцова, Л. Кузовникова // Творческие индустрии. Модель для сборки : сб. статей. – М., 2005. – С. 25–31.

12. Ивченко, В. Н. Социальные аспекты становления и развития арт-рынка / В. Н. Ивченко // Весн. Ін-та культуры Беларусі. – 2012. – № 1. – С. 43–52.

13. Карцева, Е. А. Выставочное и галерейное дело / Е. А. Карцева. – М. : ДиректмедиаПабблишинг, 2019. – 197 с.

14. Леденев, В. В. Арт-индустрия в условиях рыночных отношений: из опыта анализа проблемы / В. В. Леденев, Н. И. Орлова // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 6–3 (59). – С. 35–40.

15. Макаревич, А. В. Значение современных отечественных арт-проектов в организации доступа населения к культурным благам / А. В. Макаревич // Разнообразие форм культурного самовыражения: опыт формирования благоприятной среды для охраны и поощрения : VI Междунар. науч.-практ. конф. «Культура Беларуси: реалии современности», Минск, 13 окт. 2017 г. : сб. науч. ст. / Белорус. гос. ун-т культуры и искусств. – Минск, 2017. – С. 153–158.

16. Мацевич, И. Я. Постановка проблемы культурной индустрии в социогуманитарном познании / И. Я. Мацевич // Проблемы управления. – 2008. – №4 (29). – С. 92–95.

17. Мацевич, И. Я. Формирование и развитие концепции креативной индустрии в современной социальной теории / И. Я. Мацевич // Журнал Белорус. гос. ун-та. Социология. – 2012. – № 3. – С. 80–93.

18. Орлова, Т. Д. Культура и менеджмент: пособие / Т. Д. Орлова, Е. А. Мальчевская. – Минск : БГУ, 2015. – 170 с.

19. Перчинская, О. В. Инновационный маркетинг в арт-бизнесе и его возможности / О. В. Перчинская // Инновации. – 2013. – № 8 (178). – С. 101–106.

20. Сапотько, П. М. Государственно-частное партнерство в развитии социально-культурных кластеров Беларуси / П. М. Сапотько // Языки мира – в мир языков: межвузовский сб. науч. ст. Вып. 6 / БГУ, филол. фак., каф. английского языка; редкол.: Н. Н. Нижнёва (отв. ред.), О. Н. Кулиева, В. Ф. Толстоухова. – Минск, 2015. – С. 136–144.

21. Смаргович, И. Л. Творческие индустрии: перспективы развития в Республике Беларусь / И. Л. Смаргович // Навуковы пошук у сферы сучаснай культуры і мастацтва : матэрыялы навук. канф., Мінск, 28 лістап. 2013 г. / М-ва культуры Рэсп. Беларусь, Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў; рэдкал.: Ю. П. Бондар (старш.) [і інш.]. – Мінск, 2014. – С. 346–351.

22. Смаргович, И. Л. Культурно-досуговая индустрия как новая технология в социально-культурной сфере / И. Л. Смар-

гович // Культура. Наука. Творчество: материалы Междунар. науч.-практ. конф., 19–20 апр. 2007 г. – Минск, 2008. – С. 290–294.

23. *Смаргович, И. Л.* Предпосылки возникновения и развития культурно-досуговой индустрии / И. Л. Смаргович // Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности : сб. ст. ; под ред. С. Б. Мойсейчук, А. И. Степанцова. – Минск, 2011. – С. 26–36.

24. *Смаргович, И. Л.* Развитие культурно-досуговой индустрии в Беларуси / И. Л. Смаргович // Вести Ин-та совр. знаний. – 2010. – № 3. – С. 62–65.

25. *Смаргович, И. Л.* Развитие творческих индустрий, социально-культурных кластеров и креативных пространств в Беларуси / И. Л. Смаргович // Социокультурный менеджмент в контексте приоритетов государственной политики в сфере культуры. К 25-летию кафедры менеджмента социально-культурной деятельности. – Минск, 2018. – С. 129–139.

26. *Спирин, В. А.* Концепция культуриндустрии в работах Т. В. Адорно / В. А. Спирин // Вопросы культурологии. – 2009. – № 9. – С. 16–19.

27. *Стальная, В.* Место и роль индустрии развлечений в мировой и отечественной сфере услуг / В. Стальная // Общество и экономика. – 2009. – № 1. – С. 118–128.

28. *Стальная, В. А.* Индустрия развлечений: тенденции развития / В. А. Стальная // Маркетинг. – 2009. – № 4. – С. 91–104.

29. *Суминова, Т. Н.* Арт-менеджмент. Реализация государственной политики в сфере культуры и искусства / Т. Н. Суминова. – М. : Акад. проект, 2017. – 167 с.

30. *Суминова, Т. Н.* Творческие/креативные индустрии как вариант модернизации сферы культуры и искусства / Т. Н. Суминова // Вест. МГУКИ. – 2012. – № 3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tvorcheskie-kreativnye-industrii-kak-variant-modernizatsii-sfery-kultury-i-iskusstva>. – Дата доступа: 29.01.2019.

31. *Таппасханова, Е. О.* Маркетинговые аспекты управления индустрией культурно-развлекательных и досугово-рекреационных услуг / Е. О. Таппасханова, С. В. Галачиева, С. А. Махошева. – Нальчик : Полиграфсервис и Т, 2007. – 133 с.

32. *Темный, Ю. В.* Индустрия развлечений: анализ состояния, особенности менеджмента и маркетинга : учеб. пособие /

Ю. В. Темный, Л. Р. Темная, В. А. Стальная ; М-во образования и науки РФ, Волж.-Кам. фил. РМАТ. – Набережные Челны : ВКФ РМАТ, 2004. – 319 с.

33. *Тульчинский, Г. Л.* Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учеб. пособие / С. В. Герасимов, Г. Л. Тульчинский, Т. Е. Лохина. – СПб. : Планета музыки, 2009. – 384 с.

34. *Флорида, Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее : пер. с англ. / Р. Флорида. – М. : Классика-XXI, 2005. – 430 с.

35. *Хезмондали, Д.* Культурные индустрии / Д. Хезмондали. – М. : Изд. дом Высш. шк. экономики, 2014. – 456 с.

36. *Хоукинс, Дж.* Креативная экономика / Дж. Хоукинс. – М. : Классика-XXI, 2011. – 248 с.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУИМ

Метадычныя рэкамендацыі па арганізацыі і выкананні самастойнай работы студэнтаў па вучэбнай дысцыпліне «Арт-індустрыя»

Самастойная работа студэнтаў уяўляе сабой заняткі, падчас якіх студэнт, кіруючыся метадычнай і спецыяльнай літаратурай, а таксама ўказаннямі выкладчыка, самастойна выконвае навучальныя заданні, набываючы і ўдасканалючы пры гэтым веды, уменні і навыкі практычнай дзейнасці. Самастойная работа студэнтаў накіравана на назапашванне імі як вопыту сацыяльна-аналітычнай дзейнасці, так і вопыту творчай і даследчай работы па рашэнні задач у арт-індустрыі. У далейшым гэта спрыяе паглыбленню ведаў і практычных уменняў, развіццю прафесійных здольнасцей. Змест заданняў мае практыка-арыентаваны характар і ўлічвае спецыфіку будучай прафесійнай дзейнасці студэнтаў.

Самастойная работа студэнтаў па дысцыпліне «Арт-індустрыя» прадугледжвае пошук крыніц інфармацыі па зададзеных тэмах; вывучэнне літаратуры па праблемах курса; складанне плана тэксту, канспектаванне; падрыхтоўку паведамленняў для выступленняў на занятках; напісанне рэфератаў, ажыццяўленне праграмы назірання за дзейнасцю суб'ектаў у сферы арт-індустрыі; наведванне мерапрыемстваў сферы арт-індустрыі; аналіз артыкулаў рэспубліканскага друку і Інтэрнэту па пытаннях, якія датычацца арт-індустрыі; прагляд відэамаатэрыялаў аб асаблівасцях развіцця розных сектараў арт-індустрыі; распрацоўку тэматычнага гласарыя; наведванне або прагляд відэамаатэрыялаў пра вопыт арганізацыі прадпрыемальніцкай дзейнасці ў сферы культуры і мастацтва.

Таксама студэнты самастойна рыхтуюць некалькі заданняў з іх наступнай публічнай дэманстрацыяй на занятках.

Прэзентацыі па сегментах арт-індустрыі. Рыхтуюцца па наступным плане:

1. Паняццыйны апарат абранага сегмента (усе неабходныя вызначэнні);
2. Прадпрыемствы і арганізацыі, якія працуюць у дадзеным сегменце;
3. Гісторыя станаўлення сегмента (коратка);
4. Тэхналогія сегмента як галіны гаспадарчай дзейнасці;

5. Нарматыўная база развіцця дадзенага сегмента ў Рэспубліцы Беларусь;
6. Вытворцы ў дадзеным сегменце;
7. Прадукты і паслугі, якія вырабляюцца ў дадзеным сегменце;
8. Маркетынжавыя тэхналогіі ў дадзеным сегменце;
9. Мэтавыя аўдыторыі сегмента;
10. За межы вопыт сучаснага развіцця сегмента (з прыкладамі);
11. Беларускі вопыт сучаснага развіцця сегмента (з прыкладамі);
12. Рэкамендацыі па развіцці дадзенага сегмента ў Рэспубліцы Беларусь.

Презентацыі рыхтуюцца студэнтамі індывідуальна і прадстаўляюцца падчас лабараторных заняткаў

Аналіз дзейнасці камерцыйнага прадпрыемства ў сферы культуры і мастацтва.

Схема аналізу дзейнасці камерцыйнага прадпрыемства (праца афармляецца ў пісьмовым выглядзе, могуць прыкладацца слайд- і відэаматэрыялы):

1. Назва прадпрыемства/фірмы; форма ўласнасці; унутраная структура; год стварэння; месца размяшчэння; рэжым і графік работы; да якога сегмента арт-індустрыі адносіцца;
2. Змест дзейнасці (чым займаюцца?);
3. Ліцэнзія на віды дзейнасці;
4. Прадукты і паслугі, якія прадстаўляюцца дадзеным прадпрыемствам/фірмай (змест, кошт);
5. Мэтавыя аўдыторыі;
6. Механізмы прасоўвання і продажу прадуктаў і паслуг, якія прадстаўляюцца дадзеным прадпрыемствам;
7. Як прадстаўлена фірма ў сацсетках, сайт фірмы;
8. Вашы рэкамендацыі па ўдасканаленні дзейнасці дадзенай фірмы/прадпрыемства.

Кіруемая самастойная работа студэнтаў прадугледжвае публічную прэзентацыю атрыманых вынікаў.

Рэкамендаваныя сродкі дыягностыкі ведаў студэнтаў па вучэбнай дысцыпліне «Арт-індустрыя»

Ацэнка і дыягностыка дасягненняў студэнтаў выконваецца паэтапна і можа ўключаць наступныя асноўныя сродкі:

- фронтальная гутарка падчас лекцыі;
- вуснае апытанне падчас семінарскіх заняткаў;
- падрыхтоўка выступленняў з дакладамі па абранай праблематыцы;
- праблемна-пошукавая работа ў групах;
- выніковы кантроль у форме экзамену.

Кантроль засваення вучэбнай дысцыпліны і якасці падрыхтоўкі студэнтаў уключае бягучы кантроль паспяховасці, прамежкавую і выніковую атэстацыю. Бягучы кантроль уключае падрыхтоўку дакладаў, рэфератаў, выступленняў, практычных заданняў. Для прамежкавага кантролю якасці засваення матэрыялу прадугледжаны метады тэсціравання. Тэсціраванне дапамагае выкладчыку выявіць структуру ведаў студэнтаў і на гэтай аснове пераацаніць метадычныя падыходы да навучання па дысцыпліне, індывідуалізаваць працэс навучання. Выніковы кантроль праводзіцца ў форме экзамену ў вуснай форме.

Вучэбнае выданне

АРТ-ІНДУСТРЫЯ

*Вучэбная праграма ўстановы вышэйшай адукацыі
на вучэбнай дысцыпліне для спецыяльнасці
1-21 04 01 Культуралогія (на напрамках),
напрамку спецыяльнасці
1-21 04 01-02 Культуралогія (прыкладная)*

Карэктар В. Б. Кудласевіч
Тэхнічны рэдактар Л. М. Мельнік

Падпісана ў друк 2020. Фармат 60x84 ¹/₁₆.
Папера офісная. Рызаграфія.
Ум. друк. арк. 1,33. Ул.-выд. арк. 0,83. Тыраж экз. Заказ .

Выдавец і паліграфічнае выкананне:
установа адукацыі
«Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў».
Пасведчанне аб дзяржаўнай рэгістрацыі выдаўца, вытворцы,
распаўсюджвальніка друкаваных выданняў № 1/177 ад 12.02.2014.
ЛП № 02330/456 ад 23.01.2014.
Вул. Рабкораўская, 17, 220007, г. Мінск.