	КОМИТЕТ КУЛЬТУРЫ МИНИСТЕРСТВА КУЛЬТУРЫ И СПОРТА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН КАЗАХСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ ИСКУССТВ ИМЕНИ ТЕМИРБЕКА ЖУРГЕНОВА	Ф 017-2.84-2022 31.10.2022 г.
	Программа вступительного экзамена вид нормативного документа	Стр. 1 из 15



«УТВЕРЖДЕНО»
 Решением Ученого Совета РГУ
 «Казахской национальной
 академии искусств имени
 Темирбека Жургенова» КК МКС РК
 от « 27 » 04 2023 г.
 Протокол № 11

ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ЭКЗАМЕНА В МАГИСТРАТУРУ
ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ
«7M02161 – АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ», «7M02191 – АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ»

Алматы
 2023 г.

1. РАЗРАБОТАНО

Молдашева А. К.-к.э.н., профессор, заведующий кафедрой «Арт-менеджмент и продюсирование»

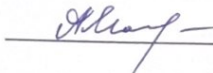
Мусаева А. А.-к.э.н., доцент кафедры «Арт-менеджмент и продюсирование»

2. ОБСУЖДЕНО


На заседании кафедры «Арт-менеджмент и продюсирование»


Протокол № 31 « 03 » 2023 г.


Заведующий кафедрой «Арт-менеджмент и продюсирование»

 Молдашева А. К. к. э. н., профессор

3. СОГЛАСОВАНО

Проректор по научной работе,  Халыков К.З.
« 24 » 04 2023 г.

Руководитель научно-исследовательского центра
послевузовского образования  Кульшанова А.А.
« 24 » 04 2023 г.

Руководитель отдела
послевузовского образования  Тлеулинова Ж.А.
« 24 » 04 2023 г.

Программа вступительного экзамена по специальной дисциплине магистратуры сформирована в объеме программ предшествующей ступени высшего образования (бакалавриата).

К поступлению в магистратуру по ОП «Арт-менеджмент» допускаются лица, **получившие образование по следующим направлениям:**

V023–Режиссура, арт-менеджмент (5В042300–Арт-менеджмент и продюсирование; 6В02153-Арт-менеджмент, продюсирование; 6В02191-Арт-менеджмент, 6В02187 – Режиссура);

V024–Музыковедение и искусствоведение (5В040100–Музыковедение, 5В041600–Искусствоведение);

V027–Театральное искусство (5В040600–Режиссура);

V029–Аудиовизуальные устройства и медиа производство (5В020400–Операторское искусство);

V031–Мода, дизайн интерьера и промышленный дизайн (5В041700–Декоративное искусство, 5В042300–Арт-менеджмент, 5В042100–Дизайн);

V039–Культурология (5В020400–Культурология);

V042– Журналистика и репортерское дело (5В050400–Журналистика);

V044–Менеджмент и управление (5В050700–Менеджмент, 5В051000–Государственное и местное управление, 5В050700–Экономика);

V070–Текстиль: одежда, обувь и кожаные изделия (5В073300–Технология и проектирование текстильных материалов);

V073- Архитектура и строительство (5В042000-Архитектура);

V092–Досуг (5В090600–Культурно-досуговая работа).

Предпочтение отдается лицам:

- имеющим опыт профессиональной или научно-педагогической работы по профилю;
- имеющим научные публикации по профилю, призерам и лауреатам конкурсов научно-исследовательских работ;
- авторам значительных творческих проектов по профилю, призерам и лауреатам международных и республиканских творческих конкурсов;
- лицам, свободно или на высоком уровне владеющим иностранным языком.

В магистратуру профильного направления принимаются документы от специалистов, имеющих стаж работы более 10 лет по профилю направления, а также имеющих различные награды, реализованные арт-проекты под их руководством.

I. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПОСТУПАЮЩИМ НА ОП МАГИСТРАТУРЫ 7M02161 – АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ, 7M02161 – АРТ- МЕНЕДЖМЕНТ

1. Поступающий в магистратуру должен:

Иметь представление:

- о сущности и социальной значимости своей будущей профессии, значении дисциплин, определяющих конкретную область его деятельности, их взаимосвязи в целостной системе знаний, об особенностях креативных индустрий, их организации, планирования и управления проектами;

- об особенностях развития материальной культуры, изобразительного искусства истории музыки, театра и кино, традиционного, и современного искусства;

- о сущности и социальной значимости своей будущей профессии, о новых методах, инструментах и технологиях для управления проектами в сфере культуры и искусства; о перспективах развития культурных индустрий.

Знать:

- научные, философские, культурологические и идеологические основы искусства, художественного творчества, проявляющиеся в различные исторические эпохи;

- способы создания проектов; правила формирования маркетинговой и фандрайзинговой стратегии; форматы создания нормативно-правовой документации креативных индустрий;

- основные теории и методы коммуникаций, законы психологии творчества и формирования команды.

Понимать:

- общие законы и методы создания образов в различных видах и жанрах искусства с применением традиционных и современных техник, материалов и инструментов; роль менеджера в работе по созданию художественных проектов;

- приемы управления в области изобразительного, музыкального, театрального, медиа и киноискусства; состояние основных научно-технических проблем, перспективы и взаимосвязи смежных областей профессиональной деятельности;

- процессы развития современного арт-менеджмента, владеть основными закономерностями развития теоретических, исторических, творческих и культурных аспектов арт-менеджмента, быть готовыми к разработке проектных идей, основанных на творческом подходе к поставленным задачам;

- использование всего спектра инструментов управления при воплощении художественного проекта; самостоятельно проводить

предпроектные исследования, оценивать результат; процесс генерирования инновационной идеи проекта и шаги по её реализации.

- требования к арт-проекту, возможность синтезировать набор решений задач и подходов к выполнению проекта; разрабатывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе.

Владеть: общей методологией профессиональной деятельности и развития профессионального творчества; обладать навыками обращения с современной техникой, уметь использовать информационные технологии в сфере профессиональной деятельности;

- владеть навыками приобретения новых знаний, необходимых для профессиональной деятельности и продолжения образования в магистратуре;

- владеть разнообразными техниками и приемами коммуникации с командой и подрядчиками;

- свободно владеть навыками презентации и переговорного процесса, уметь дискутировать;

- владеть навыками составления деловой документации, необходимой для ведения проекта;

- владеть навыками анализа возможностей финансирования проектов;

- владеть теоретическими знаниями и практическими приемами составления бизнес-планов и проектных заявок;

- иметь знания по психологии творчества, HR, PR и маркетинге и соответственно уметь анализировать эти сферы.

Быть компетентным:

- в вопросах теории и истории изобразительного, музыкального, театрального, киноискусства, современных тенденций в искусстве и культуре, стилях и направлениях;

- в области разработки проектной заявки, бизнес-плана, маркетинговой и фандрейзинговой стратегии;

- в методах управления событиями искусства в форме проекта;

- в области информационных технологий;

- в анализе, презентации и ведении дискуссии.

2. Вступительный экзамен включает в себя согласно «Положению о приеме в магистратуру и PhD докторантуру»:

– устный ответ по билету. Билет включает в себя вопросы по 3 дисциплинам;

– защиту реферата. Реферат выполняется заблаговременно по одной из предложенных тем, сформированных на междисциплинарной основе комплекса базовых дисциплин арт- менеджмента.

II. НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИН, ИХ ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ, ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ

1. «Основы теории и истории искусства»

Содержание дисциплины

1. Введение. Основы теории искусства виды, жанры, роды искусства
2. Первобытное искусство. Теории зарождения искусства
3. Искусство древнего мира. Античное искусство, искусство Древнего Рима, искусство Египта и Месопотамии
4. Искусство Средних веков
5. Искусство эпохи Возрождения. Итальянское и Северное Возрождение
6. Стилиевое многообразие искусства XVII-XVIII веков
7. Искусство XIX-XX столетий – перелом в эстетических идеалах
8. Искусство XX века. Его многофакторность противоречивость
9. Современное искусство в эпоху глобализации (Contemporary art)
10. Современное искусство Казахстана и Центральной Азии

Вопросы для подготовки

1. Теория происхождения искусства
2. Искусство как феномен культуры
3. Искусство и религия: исторические формы взаимодействия
4. Искусство и мораль. Нравственное измерение искусства
5. Искусство и наука: общее и отличное
6. Искусство и политика. Проблема ангажированности искусства
7. Перечислите объекты и методы изучения искусства
8. Какие теории предлагают социальное объяснение возникновения искусства и его роли в формировании и поддержании социальных структур
9. Историческая обусловленность искусства Древних цивилизаций. Раскройте на примере одной из них
10. Историческая обусловленность искусства Средневековья
11. Сравнительная характеристика Романского и Готического стилей в архитектуре
12. Эстетический идеал общества и его трансформации в эпоху Возрождения
13. Сравнительная характеристика Итальянского и Северного Возрождения
14. Периодизация искусства Возрождения
15. Содержание и значение искусства Барокко
16. Выдающиеся деятели искусства Барокко
17. Принципиальные отличия Рококо от Барокко
18. Основные принципы классицизма
19. Принципы эпохи Просвещения

20. Искусство века перемен – от Романтизма к Реализму
21. Раскрыть особенности мировоззрения кочевника и его влияние на предметы материальной культуры
22. Основные стилевые направления искусства 20 века
23. Расскажите о жизни и творчестве Пабло Пикассо, Сальвадор Дали, Марсель Дюшан.
24. Выдающиеся теоретики искусства 20 века
25. Связь периодов и стилей всемирного искусства с периодами развития художественной культуры и художественной жизни Казахстана
26. Всемирное искусство как явление современной культуры
27. Массовая и элитарная художественная культура в современном обществе
28. Расскажите о фовизме как одном из ведущих течении модернизма и его представителях (например, Анри Матисс, Андре Дерен, Рауль Дюфи)
29. Основные тренды развития искусства современности
30. Расскажите о ключевых направлениях и стилях характерных для современного искусства Казахстана.
31. Расскажите о ключевых событиях и выставочных пространствах, способствующих развитию и популяризации современного искусства в Центральной Азии.
32. Искусство и пандемия COVID-19
33. Искусство в онлайн
34. Рухани жаңғыру и искусство
35. Музеи Казахстана и их роль в контексте современной культуры
36. Связь искусства с другими сферами деятельности человека
37. Барокко – искусство эпохи перемен: исторический контекст
38. Классицизм – художественный стиль и эстетическое направление
39. Эпоха Просвещения – мировоззрение, историческое и эстетическое значение
40. Художественная жизнь Казахстана в контексте мирового искусства
41. Искусство современности: тренды и их обусловленность
42. Роль художественных институций в современной культуре
43. Протестное искусство в эпоху политической турбулентности
44. Роль художника как гражданина: анализ в исторической перспективе
45. Какие произведения искусства являются самыми важными в мировой истории.

Рекомендуемая литература

1. Всеобщая история искусств. в 6-ти томах. – М., 1956.
2. Гущин. Происхождение искусства. – М., 1937.
3. Тайлор Э.Б. Первобытная культура. – М., 1989.
4. Леви-Строс. Первобытное мышление. – М., 1994.
5. Мифы народов мира. В 2-х томах. – М., 1982.
6. Тяжелов В. Сопоцинский О. Малая история искусств. Искусство средних веков. – М.: Искусство, 1975.

7. История искусства зарубежных стран в 3-х томах. – М., 1980.
8. История искусства народов СССР в 14-ти томах.
9. Памятники мирового искусства.
10. Величайшие гении мирового искусства. – .:АСТ,СПб.:Полигон, 2006. – 239с.
11. История зарубежного искусства. Уч. – М.: ИЗО,1980. – 472 с.
12. История зарубежного искусства. ред.М.Т.Кузьминой. Уч. – М.: ИЗО,1983. – 488 с.
13. Мировая художественная культура. 20 век. ИЗО. – СПб.: Питер, 2007. – 464 с.
14. Барманкулова Б. Мастера изобразительного искусство Казахстана А.Кастеев. – Алматы: Өнер. – 1986 ж.
15. Қарғабекова Р., Жұбаниязова Г. Бейнелеу өнерінің тарихы: оқу курал, 2004.
16. Между прошлым и будущим. Археология актуальности: Каталог выставки. Ред. Ю. Сорокиной. – Алматы, 2011. – 270 с.
17. Художественный Журнал // <http://xz.gif.ru/>
18. Центрально-Азиатский Искусствоведческий Журнал // <http://cajas.kz/>
19. Дигитальный Архив/ресурс современного искусства Центральной Азии // <http://astralnomads.net/>

2. «Маркетинг»

Содержание дисциплины

1. Введение. Теоретические основы и концепции маркетинга.
2. Маркетинговые исследования.
3. Маркетинговая среда.
4. Поведение потребителей на товарных рынках.
5. Сегментирование рынка.
6. Товар в системе маркетинга.
7. Товарная политика в маркетинге.
8. Ценовая политика в маркетинге.
9. Сбытовая политика в маркетинге.
10. Коммуникационная политика в маркетинге.
11. Реклама в системе маркетинга.
12. Планирование и контроль маркетинга.
13. Стратегическое планирование маркетинга.
14. Международный маркетинг.
15. Маркетинг услуг и некоммерческих организаций.

Вопросы для подготовки

1. Теоретические основы и концепции маркетинга. Их сущность, особенности, различия и условия применения.
2. Маркетинг: 7 подходов к классификации по Ф. Котлеру

3. Инструментарий маркетинговых исследований: анкеты, механические и электронные устройства. Процедура разработки анкеты.
4. Бенчмаркинг как вид маркетинговых исследований.
5. Медиасреда: внутренние, местные контактные аудитории, контактные аудитории государственных учреждений, финансовые круги, гражданские группы действий, широкая публика, контактные аудитории средств массовой информации.
6. Типы закупок. Основные факторы, влияющие на поведение организаций-потребителей.
7. Классификация товарных рынков. Конъюнктурный обзор.
8. Емкость рынка: понятие, уровни. Оценка емкости рынка. Определение доли рынка. Факторы, влияющие на динамику емкости и доли рынка.
9. Процесс позиционирования товара на рынке. Выбор критериев при позиционировании.
10. Товар в системе маркетинга. Маркировка товара.
11. Товарный знак и его сущность. Основные понятия товарно-знаковой практики. Способы и принципы маркировки товара.
12. Бренд и брендинг в товарной политике фирмы. Сущность и виды брендинга.
13. Управление брендом. Сервис и гарантийное обслуживание.
14. Процесс создания нового товара: формирование идей, отбор идей, проверка концепции нового товара, проведение экономической экспертизы, разработка продукции, пробный маркетинг, коммерческое развертывание производств.
15. Понятие конкурентоспособности товара и критерии ее определения.
16. Методы определения конкурентоспособности товара. Параметры, показатели конкурентоспособности товара
17. Ценовая стратегия: сущность ценовой стратегии.
18. Виды ценовой стратегии и условия их применения. Информация, необходимая для принятия ценовых решений.
19. Сбытовая политика в маркетинге. Оптовая торговля, ее сущность и значение.
20. Функции оптовой торговли. Формы оптовой торговли.
21. Понятие розничной торговли, ее функции и виды. Классификация предприятий розничной торговли. Виды магазинов. Немагазинная розничная торговля.
22. Онлайн торговля. Ее виды, особенности и значение в современном мире.
23. Современные формы продвижения товара: мерч, партизанинг и т.п.
24. Понятие бизнес-модели. Виды бизнес-модели. Инновационные бизнес-модели.
25. Понятие связей с общественностью. История возникновения. Функции, области применения, методы связи.
26. Спонсоринг. Объекты и области использования спонсоринга.

27. Реклама в системе маркетинга. Этапы рекламной деятельности.
28. Понятие рекламной кампании. Организация и проведение рекламных кампаний. Определение эффективности рекламных мероприятий
29. Планирование и контроль маркетинга.
30. Международный маркетинг. Международный маркетинг-микс.
31. Разработка стратегий международного маркетинга.
32. Маркетинг услуг и некоммерческих организаций
33. Сегментирование рынка и выбор целевого сегмента
34. Упаковка товара и ее роль в продвижении товара
35. Модели потребительского поведения в современных условиях
36. Каналы продвижения и продаж арт-продуктов
37. Продвижение и презентация бренда музея/галереи
38. Классификация потребителей арт-продуктов
39. Маркетинговые исследования и технологии для позиционирования и работы с группами влияния: государство, спонсоры, дистрибьютер
40. Основы формирования маркетинговых каналов в арт-среде
41. Публикации и онлайн-инструменты в продвижении искусства
42. Основные стратегии PR в продвижении арт-продуктов
43. Диджитал маркетинг в искусстве
44. Тренды и тенденции арт-рынка
45. Навыки коммуникации в индустрии визуальных искусств

Рекомендуемая литература

1. Хлусов В.П. Введение в маркетинг: учебник.-М.,1997
2. Алтынбаев Б.А. Основы маркетинга: учебное пособие / Алтынбаев Б.А., Исатаева А./.-М.,2002
3. Краткий конспект лекций по курсу «Основы маркетинга»: учеб.-спр. пособие/ сост. А.М. Телемтаев/-А.,1995
4. Котлер Ф. Основы маркетинга: учебное пособие. / Ф. Котлер, В.Б. Бобров/-СПБ.,1994- М., 1995-М., 2003-М., 2007
5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: анализ, планирование, внедрение, контроль: учебник/Ф. Котлер, Келлер К.А/ -СПб,1999,2006
6. Крылов И. Маркетинг (социология маркетинговых коммуникаций): учебное пособие.-М,1998
7. Маслова Т.Д. Маркетинг: задачи, логические схемы, тесты: учебное пособие/Т.Д. Маслова, С.Г Божук, Л.Н. Ковалик/ -СПб,2002
8. Федько В.П. Основы маркетинга: экзаменационные ответы: учебное пособие / Федько В.П., Федько Н.Г./ . Ростов-на Дону, 2001
9. Бельгибаев А.К. Основы маркетинга: учебное пособие. –А., 2004
10. Ковалева А., Войленко В. Маркетинговый анализ: Учебник.-Кн.2.- М, 1996
11. Эванс, Дж. Р. Маркетинг: учебное пособие / Эванс, Дж. Р, Берман Б./ -М., 1993, 2004
12. Маркетинг: учебник/ ред. Уткин Э.А/. М 1998г
13. Песоцкая Е. В. Маркетинговые услуги. Учеб. пособие М: 2002 г.

14. Тамбиев А. Х. Региональный маркетинг: учебное пособие / Тамбиев А. Х., Кетова Н / .М: 2000 г.
15. Крылов И. Маркетинг (социология маркетинговых коммуникаций): учебное пособие.- М: 1998 г.
16. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности: терминологический словарь/ ред. А.С. Завялов/. – М.,1992
17. Багиев Г Л. Международный маркетинг: учебник / Багиев Г.Л, моисеева Н.К, Никифорова С.В/. –СПб., 2001 г.
18. Международный маркетинг: учебник. / ред. Васильев Г.А., Ибрагимов Л.Л// - М., 1999 г.
19. Ажоббер Д. «Принципы и практика маркетинга» 2-е изд. - М.: изд. Дом Вильямс. 2000 г. - 416с.
20. Бун Л., Куртц Д. «Современный маркетинг» 11-е изд: - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005 г. – 1039 с
21. Котлер Ф, Армстронг Г., Сондерс Д., ВонгВ. «Основы маркетинга» 2-е изд. - М.: СПб., К. : Вильямс. 1999 г. - 425с.
22. Ассэль И. «Маркетинг и стратегия» Учебник для ВУЗов: 2-е. изд. - М.: Инфра-М, 2001 г.- 284 с.
23. Голубков Е.П. «Основы маркетинга» - М.: ДИС, 2003 г. - 688с.
24. Есимжанова С.Р. «Маркетинг в Казахстане: теория, методология, практика» – Алматы: Аян Эдет, 2004 г. – 288с.
25. Завьялов П.С. «Маркетинг в схемах, рисунках и таблицах» М.: Инфра- М, 2001 г.- 496с.
26. Нысанбаев С.Н., Садыханова Г.А. «Маркетинг негіздері» - Алматы: Оқулық. Қазақ университеті, 2002 ж. – 200б.
27. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. «Современный маркетинг» 3-е изд. - М.: Финансы и статистика. 2003. -560 с.
28. Минаев Д. «Маркетинг в схемах и моделях» – М., 2004. – 480с.
29. Рамазанов А.А., Айтжанова А.Э., Мелдебекова А.А., Кайыхова А.А., Торекулова У.А. «Электронный казахско-русский словарь по маркетингу» 444КБ.

3. «Менеджмент»

Содержание дисциплины

1. Менеджмент как наука и практика. Эволюция менеджмента.
2. Подходы к менеджменту. Основные принципы менеджмента
3. Функции, задачи, методы менеджмента
4. Интеграционные процессы менеджмента.
5. Мотивация – инструмент в управлении.
6. Профессиональные требования к современному менеджеру.
7. Теория лидерства. Характеристика основных стилей руководства.
8. Менеджмент персонала.
9. Основы финансового менеджмента.
10. Управление информацией.

11. Подготовка и разработка управленческих решений.
12. Управление производством и предпринимательская деятельность.

Вопросы для подготовки, кейсы/ задачи по ситуационному менеджменту

1. Ваш киноклуб, расположенный в экологически чистом пригороде, не пользуется популярностью. Что нужно сделать?
2. На ваше приглашение посетить художественное мероприятие откликнулись только знакомые. Что необходимо предпринять?
3. В ваш музей перестали ходить посетители. Что вы предпримите прежде всего?
4. Какие 5 факторов вы будете учитывать в первую очередь при планировании целевой аудитории проекта и почему?
5. Что вы предпримите для выращивания целевой аудитории проекта?
6. Вы проводите выставку в сельском клубе – какой канал коммуникации с публикой наиболее подходящий и почему?
7. Вы проводите фестиваль по экологической теме – какое пространство вы могли бы использовать для достижения наибольшего эффекта?
8. Вы проводите выставку неформальной группы – какое пространство вы могли бы использовать для достижения наибольшего эффекта?
9. Вы проводите студенческий воркшоп – какое пространство вы могли бы использовать для достижения наибольшего эффекта?
10. Предположите какие соцсети больше подходят для: возрастной аудитории, для тинейджеров, для профессионалов, для политиков – обоснуйте свои выводы.
11. В магазине решили поднять продажи варенья – какой нестандартный ход вы предложили бы и почему?
12. У вас есть галерея современных художников, но она в простое из-за карантина, чем можно поддержать свой проект?
13. У вас креативный барбершоп, но он находится на карантине, что наиболее эффективно?
14. У вас камерный театр, но он в простое из-за карантина, чем можно поддержать свой проект?
15. У вас проект на Youtube канале, как организовывать его презентацию наиболее эффективно?
16. Ваш артист заболел за пару дней до концерта. Ваши действия?
17. У вас в течении проекта появились непредвиденные расходы и сейчас нет денег на фуршет для церемонии открытия. Ваши действия?
18. ТВ канал неожиданно отказался освещать ваше событие, а спонсоры ожидают этого. Что вы сделаете?
19. Ваше мероприятие проходит на открытой площадке. Перед самым

началом пошел дождь. Ваши действия?

20. У вас по гранту выделена сумма в долларах, в начале проекта вы перевели ее в тенге, но произошла инфляция и по факту у вас меньше средств чем нужно. Что вы предпримите?

21. Вы не смогли купить билеты на поезд для команды вашего проекта, но вам необходимо прибыть на работу в срок. Что вы сделаете?

22. Вы – главный менеджер, но заболели перед открытием мероприятия. Ваши действия?

23. Два главных участника мероприятия поссорились перед открытием. Что вы предпримите?

24. Гороформление не успело в срок повесить растяжку с рекламой вашего мероприятия. Ваши действия?

25. Иностранная звезда ничего не знает о вас и о вашей стране, но она нужна для вашего проекта. Ваши действия?

26. Вам необходимо выступить с питчингом вашего проекта перед инвесторами. Как вы будете готовиться?

27. Какие главные правила имиджмейкинга вы стараетесь применять и почему?

28. Вам необходимо отчитаться перед спонсорами о проделанной работе и завершить проект. Алгоритм ваших действий?

29. Какие нестандартные приемы тайм-менеджмента вы предпочитаете и почему?

30. Вам необходимо отблагодарить ваших спонсоров. Какие нестандартные методы вы можете предложить?

31. Вы планируете выйти со своим проектом на международный уровень. Что вы предпримите?

32. В команде вашего проекта есть талантливый, но очень конфликтный сотрудник, который не считается с мнением других членов. Ваши действия?

33. Осталось 2 дня до проведения мероприятия, вы отстаете от плана и есть риск того, что не успеете все подготовить. Ваши действия?

34. Вы провели мероприятие и хотите узнать мнение участников о качестве проведения и их рекомендациях. Ваши действия?

35. Вы запланировали проведение крупного мероприятия. Какие риски необходимо учесть?

36. Ваш театр расположенный на краю города не пользуется популярностью что нужно сделать?

37. На вашем приглашении посетить выставку откликнулись только люди живущие по соседству что необходимо предпринять?

38. Ваш кинотеатр перестали ходить дети что вы предпринете прежде всего?

39. Какие основные факторы вы будете учитывать в первую очередь при планировании художественной программы театра?

40. Что вы предпринете для улучшения работы кинотеатра?

41. Вы проводите выставку в небольшом населенном пункте какие мероприятия вы проведете для приглашения аудитории?
42. Вы проводите крупную ярмарку какое пространство вы будете использовать и как?
43. Какие мероприятия вы будете проводить для рекламы классического баллета?
44. Вы проводите крупное мероприятие как лучше использовать волонтеров?
45. Как вы будете использовать социальные сети и какие для продвижения детского театра обоснуйте свои выводы?

Рекомендуемая литература

1. Вершигора Е. «Менеджмент» М., 2005 г.
2. Гордиенко Ю. «Менеджмент» М., Экономика, 2004 г.
3. Козонцева А.Н. «Общий менеджмент» Учебное пособие - М. – 2013 г.
4. Лукашевич В. «Менеджмент» М., 2005 г.
5. Мамыров Н.К. «Менеджмент и рынок» Казахстанская модель - Алматы, 2009 г.
6. Мескон М. и др. «Основы менеджмента» (перевод с англ.). М. – Дело, 2010 г. – 702 с.
7. Русинова Ф.М. «Менеджмент» - М., 2012 г.
8. Смолкин А.М. Менеджмент: основы организации. - М., 2014 г.
9. Современный менеджмент. Принципы и правила: дайджест мировой литературы. Под ред. Данилов – Данильян. - Н-Новгород: 2015 г. - 232 с.
10. Фуллер Д. «Управляй или подчиняйся» (перевод с нем.). - М., 2003 г.
11. Хоскинг Л. «Курс предпринимательства»: практическое пособие (перевод с англ.). - М. - Международные отношения, 2011 г.
12. Цыпкин Ю.А. «Менеджмент». - М., 2001 г.
13. Юкаев В. «Менеджмент» Краткий курс. М., 2004 г.
14. Якокка Л. «Карьера менеджера» - М. - Прогресс, 1990 г
15. Авдеев В. «Саморазвитие творческой конкурентоспособности личности менеджера» - М. - Экономика, 2004 г.
16. Виханский О.С., Наумова А.И. Менеджмент // Учебное пособие. - М.-Высшая школа, 2008 г.
17. Вудкок М. И др. «Раскрепощенный менеджер» (перевод с англ.). - М. – Дело, 1996 г.
18. Друкер П. «Рынок: Как выйти в лидеры» (перевод с англ.). - М., 1992г.
19. Дизель П.М. Мак-Кинли Р.У. «Поведение человека в организации» - М. - Прогресс, 2013 г. – 272 с.
20. Кабушкин Н.И. «Основы менеджмента» - Минск, 2010 г.

III. НАИМЕНОВАНИЕ ТЕМ РЕФЕРАТОВ

Темы сформированы на междисциплинарной основе комплекса базовых дисциплин арт-менеджмента.

1. Культурные индустрии: опыт Казахстана в глобальном мире
2. Культурная политика РК: позиционирование на основе опыта других стран
3. Креативные индустрии во время коронавируса: стратегии, тактики и результаты
4. Миссия арт-менеджера в художественном проекте: разные подходы
5. Проблемы и достижения в одной из арт-отраслей РК (укажите отрасль по вашему выбору)
6. Спонсорская культура в РК: проблемы и возможные пути решения
7. Искусство и прибыль: возможные точки пересечения
8. Меценаты искусства: история и современность
9. «Продавать искусство?» VS «Искусство – продавать!»
10. Искусство зрелищ VS социальные проекты
11. Искусство и политика: противоречия и точки притяжения
12. Национальное и интернациональное в искусстве: за и против
13. Арт-рынок – причуда или серьёзный бизнес?
14. Для кого мы делаем искусство? Целевые аудитории РК
15. Соцсети как площадка искусства и инструмент арт-менеджера
16. Арт-рынок и пандемия
17. Бизнес в искусстве: чем живут казахстанские галереи?
18. Как меняется арт-рынок Казахстана?
19. Женщина и современное искусство Казахстана
20. Кто и как оценивает картины казахстанских художников?
21. Благотворительные проекты в искусстве Казахстана
22. Искусство и право: точки соприкосновения