	МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И ИНФОРМАЦИИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН КАЗАХСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ ИСКУССТВ ИМЕНИ ТЕМИРБЕКА ЖУРГЕНОВА	Ф 017-1.113-2026 30.04.2026 г.
	Программа вступительного экзамена вид нормативного документа	Стр. 1 из 22

«УТВЕРЖДАЮ»

Председатель приемной комиссии
 Казахской национальной академии
 искусств имени Темирбека Жургенова

А. Жудебаев А. Жудебаев

(Решение заседания Ученого Совета
 от 30.04.2026 г. протокол №10)



ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ЭКЗАМЕНА В МАГИСТРАТУРУ
ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМ ПРОГРАММАМ
«7М02161 – АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ»,
«7М02191 – АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ»

Алматы
 2026 г.



МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И ИНФОРМАЦИИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАЗАХСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ
ИСКУССТВ ИМЕНИ ТЕМИРБЕКА ЖУРГЕНОВА

Ф 017-1.113-2026

30.04.2026 г.

Программа вступительного экзамена
вид нормативного документа

Стр. 2 из 22


1. РАЗРАБОТАНО

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

2. ОБСУЖДЕНО


На заседании кафедры «Арт-менеджмент и продюсирование»
Протокол № 9 «03» 04. 2026 г.


Заведующий кафедрой «Арт-менеджмент и продюсирование»

 Молдашева А.К., к.э.н., профессор

3. СОГЛАСОВАНО

Проректор по научной работе  Халыков К.З.

Руководитель отдела подготовки научных кадров  Кульшанова А.А.

	МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И ИНФОРМАЦИИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН КАЗАХСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ ИСКУССТВ ИМЕНИ ТЕМИРБЕКА ЖУРГЕНОВА	Ф 017-1.113-2026 30.04.2026 г.
	<u>Программа вступительного экзамена</u> вид нормативного документа	Стр. 3 из 22

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

К поступлению в магистратуру по **ОП 7М02161 «Арт-менеджмент» (профильное направление)** допускаются лица, получившие образование по следующим направлениям:

- V016 - Подготовка учителей казахского языка и литературы (более 5 лет опыта в сфере культуры и искусства);
- V021 - Исполнительское искусство;
- V022 - Музыковедение;
- V023 - Режиссура, арт-менеджмент;
- V024 - Искусствоведение;
- V025 - Дирижирование;
- V026 - Композиция;
- V027 - Театральное искусство;
- V028 - Хореография;
- V029 - Аудиовизуальное искусство и медиа производство;
- V030 - Изобразительное искусство;
- V031 - Мода, дизайн;
- V035 - Филология и языки (более 5 лет опыта в сфере культуры и искусства);
- V037 - Педагогика и преподавание (более 5 лет опыта в сфере культуры и искусства);
- V041 - Бизнес и управление (более 5 лет опыта в сфере культуры и искусства);
- V042 - Журналистика и репортерское дело (более 5 лет опыта в сфере культуры и искусства);
- V044 - Менеджмент и управление (более 5 лет опыта в сфере культуры и искусства);
- V046 - Финансы, экономика, банковское и страховое дело (более 5 лет опыта в сфере культуры и искусства);
- V049 - Право (более 5 лет опыта в сфере культуры и искусства);
- V073 - Архитектура;
- V092 - Досуг;
- V099 - Инструментальное исполнительство;
- V100 - Вокальное искусство;
- V101 - Традиционное музыкальное искусство;
- V102 - Искусство эстрады;
- V103 - Режиссура кино и телевидение;
- V104 - Режиссура сценических искусств и цирка;
- V105 - Режиссура анимации;
- V106 - Операторское и фото искусство;
- V107 - Медиаискусство и цифровые технологии;
- V108 - Сценография;
- V109 - Декоративное искусство;
- V110 - Фэшн дизайн;
- V140 - Международные отношения и дипломатия (более 5 лет опыта в сфере культуры и



**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И ИНФОРМАЦИИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАЗАХСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ
ИСКУССТВ ИМЕНИ ТЕМИРБЕКА ЖУРГЕНОВА**

Ф 017-1.113-2026

30.04.2026 г.

Программа вступительного экзамена
вид нормативного документа

Стр. 4 из 22

искусства).

К поступлению в магистратуру по ОП 7M02191 «Арт-менеджмент» (научно-педагогическое направление) допускаются лица, получившие образование по следующим направлениям:

- V021 - Исполнительское искусство;
- V022 - Музыкаведение;
- V023 - Режиссура, арт-менеджмент;
- V024 - Искусствоведение;
- V025 - Дирижирование;
- V026 - Композиция;
- V027 - Театральное искусство;
- V028 - Хореография;
- V029 - Аудиовизуальное искусство и медиа производство;
- V030 - Изобразительное искусство;
- V031 - Мода, дизайн;
- V073 - Архитектура;
- V092 - Досуг;
- V099 - Инструментальное исполнительство;
- V100 - Вокальное искусство;
- V101 - Традиционное музыкальное искусство;
- V102 - Искусство эстрады;
- V103 - Режиссура кино и телевидение;
- V104 - Режиссура сценических искусств и цирка;
- V105 - Режиссура анимации;
- V106 - Операторское и фото искусство;
- V107 - Медиаискусство и цифровые технологии;
- V108 - Сценография;
- V109 - Декоративное искусство;
- V110 - Фэшн дизайн.

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 творческих проектов по профилю, призерам и лауреатам международных и республиканских творческих конкурсов;
- лицам, свободно или на высоком уровне владеющим иностранным языком.



I. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПОСТУПАЮЩИМ НА ОП МАГИСТРАТУРЫ 7M02191 – 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 креативных индустрий.

Знать:

- о научных достижениях в области культуры и искусства;

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

- способы создания проектов; правила формирования маркетинговой и фандрейзинговой 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, основные закономерности развития теоретических, исторических, творческих и культурных аспектов арт-менеджмента.

Владеть:

- общей методологией профессиональной деятельности и развития профессионального творчества; навыками обращения с современной техникой, навыками использования информационных технологии в профессиональной

	МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И ИНФОРМАЦИИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН КАЗАХСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ ИСКУССТВ ИМЕНИ ТЕМИРБЕКА ЖУРГЕНОВА	Ф 017-1.113-2026
		30.04.2026 г.
	<u>Программа вступительного экзамена</u> вид нормативного документа	Стр. 6 из 22

деятельности;

- навыками приобретения новых знаний, необходимых для профессиональной деятельности и продолжения образования в магистратуре;
- навыками по написанию научной работы;
- разнообразными техниками и приемами коммуникации с командой и подрядчиками;
- навыками презентации и переговорного процесса, дискутирования;
- навыками составления деловой документации, необходимой для ведения проекта;
- навыками анализа возможностей финансирования проектов.

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»:

- Письменное эссе (научно-педагогическое направление);
- Устный экзамен по билетам (профильное направление);
- Защита реферата (научно-педагогическое направление);
- Защита проекта (профильное направление).

Для научно-педагогического направления (7M02191-Арт-менеджмент) реферат выполняется заблаговременно по одной из предложенных тем, сформированных на междисциплинарной основе комплекса базовых дисциплин арт-менеджмента.

Для профильного направления (7M02161-Арт-менеджмент) защита проекта выполняется по свободной теме по направлению арт-менеджмента.

Лица, имеющие не менее пяти лет стажа на руководящей должности в соответствии с реестром политических и административных государственных служащих, реестром должностей гражданских служащих соответствующих отраслей или не менее десяти лет стажа по соответствующему профилю образовательной программы профильной магистратуры, зачисляются на платной основе по результатам собеседования, проводимого приемной комиссией ОВПО.



II. ТЕМЫ ЭССЕ (научно-педагогическое направление)

1. Управление культурными ресурсами в контексте концепции устойчивого развития: теоретико-прикладной анализ
2. Креативные кластеры в системе современного искусства: роль изобразительного искусства в формировании культурной экономики
3. Стратегическое управление организациями киноиндустрии в условиях трансформации медиарынка
4. Управление творческими кадрами в телевизионном производстве: современные модели и практики
5. Социализация молодежи Казахстана в контексте развития театрального менеджмента
6. Product placement как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций в казахстанской кинематографии
7. Современные технологии менеджмента в сфере культуры XXI века: теоретико-методологический анализ
8. Эволюция стратегического управления в сфере культуры и искусства: историко-теоретический аспект
9. Менеджмент социокультурной среды: принципы формирования и развития культурных пространств
10. Управление инновационными проектами в креативных индустриях: организационно-экономические механизмы реализации
11. Национальная деловая культура как фактор развития арт-менеджмента: сравнительный анализ
12. Маркетинговые стратегии развития арт-индустрии: современные подходы и инструменты продвижения
13. Ремесленное производство как элемент креативной экономики: культурно-экономический потенциал
14. Интернационализация искусства в условиях глобализации: трансформация культурных продуктов и практик
15. Новые бизнес-модели и цифровые технологии на арт-рынке: трансформация индустрии искусства
16. Культурные стартапы и инновационные проекты в креативной экономике: механизмы формирования и развития
17. Управление культурным наследием в современных условиях: стратегии сохранения и актуализации искусства
18. Проектный менеджмент в музейной и галерейной деятельности: современные практики и подходы
19. Современные тенденции развития арт-менеджмента в киноиндустрии Казахстана: аналитический обзор
20. Управление изменениями в организациях арт-индустрии: историко-теоретический и практический анализ



**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И ИНФОРМАЦИИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАЗАХСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ
ИСКУССТВ ИМЕНИ ТЕМИРБЕКА ЖУРГЕНОВА**


Ф 017-1.113-2026

30.04.2026 г.

Программа вступительного экзамена
вид нормативного документа

Стр. 8 из 22

21. Роль арт-менеджмента в продвижении казахской музыкальной культуры на международной арене
22. Организация культурных мероприятий в Казахстане: современные управленческие модели и вызовы развития
23. Цифровая трансформация арт-рынка Казахстана: роль онлайн-платформ в продвижении культурных продуктов
24. Современные подходы к управлению музеями в Казахстане: инновационные практики и международный опыт
25. Продюсирование казахстанского кинематографа: модели финансирования и стратегии дистрибуции
26. Интеграция традиционного и современного искусства в арт-практиках Казахстана: социокультурный анализ
27. Роль арт-продюсера в формировании бренда казахстанских художников на глобальном арт-рынке
28. Управление креативными командами в театральных постановках Казахстана: организационно-управленческий аспект
29. Мотивация и коммуникация в театральном производстве: анализ управленческих практик театров Алматы и Астаны
30. Краудфандинг как инструмент финансирования арт-проектов в Казахстане: современные практики и перспективы
31. Этика арт-менеджмента: баланс коммерциализации и сохранения культурной ценности в Казахстане
32. Продюсирование иммерсивных арт-проектов: новые форматы взаимодействия со зрителем в Казахстане
33. Государственная культурная политика и развитие арт-рынка Казахстана: механизмы регулирования и поддержки
34. Устойчивое развитие в арт-менеджменте: экологические инициативы в культурных проектах Казахстана
35. Арт-менеджмент в сохранении и популяризации казахского фольклора: современные стратегии и практики
36. Продюсирование музыкальных проектов в Казахстане: современные модели управления и механизмы продвижения артистов
37. Цифровое продюсирование аудиовизуального контента: влияние стриминговых платформ на развитие креативных индустрий Казахстана
38. Продюсерские стратегии развития независимого кинематографа Казахстана: проблемы финансирования и продвижения
39. Event-продюсирование в сфере культуры и искусства: современные технологии организации международных фестивалей и культурных событий
40. Продюсирование телевизионных и web-проектов в условиях цифровой медиасреды: организационно-управленческие аспекты

	МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И ИНФОРМАЦИИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН КАЗАХСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ ИСКУССТВ ИМЕНИ ТЕМИРБЕКА ЖУРГЕНОВА	Ф 017-1.113-2026
		30.04.2026 г.
<u>Программа вступительного экзамена</u> вид нормативного документа		Стр. 9 из 22

Рекомендуемая литература

1. "Менеджмент в сфере культуры" - Е. В. Мисоедова, 2017
2. "Культурная политика и управление в сфере культуры" - В. В. Криворотов, 2016
3. "Основы арт-менеджмента" - А. В. Кочетков, 2018
4. "Экономика культуры: теория и практика" - М. А. Кулешова, 2015
5. "Маркетинг в искусстве и культуре" - Е. А. Орлова, 2019
6. "Инновации в культурной сфере" - А. В. Смирнова, 2020
7. "Культурное предпринимательство: основы, формы и практики" - Ю. М. Розина, 2014
8. "Управление музеями и галереями" - Л. С. Белова, 2016
9. "Международное культурное сотрудничество: теория и практика" - В. Н. Афанасьев, 2017
10. "Социальная роль искусства: теория и практика" - О. В. Борисова, 2018
11. "Арт-менеджмент в условиях глобализации" - Н. П. Лебедева, 2021
12. "Устойчивое развитие и культура" - М. Ю. Попова, 2019
13. "Роль арт-менеджера в локальных сообществах" - И. В. Михайлова, 2020
14. "Брендинг в сфере искусства" - С. А. Иванова, 2018
15. "Управление культурными мероприятиями" - Т. А. Кузнецова, 2015
16. "Государственная поддержка культуры и искусства" - Е. В. Козлова, 2016
17. "Этика в арт-менеджменте" - П. С. Васильев, 2017
18. "Краудфандинг в культуре" - А. С. Лазарев, 2020
19. "Социальные сети и продвижение искусства" - О. П. Никитина, 2019
20. "Управление художественными резиденциями" - Е. А. Крылова, 2021
21. "Меценатство в современном искусстве" - Н. А. Рожкова, 2018
22. "Бизнес и искусство: примеры сотрудничества" - В. В. Сидоров, 2015
23. "Управление цифровыми архивами" - Т. С. Соловьева, 2020
24. "Влияние урбанизации на искусство" - М. А. Сеницына, 2017
25. "Развитие арт-рынка: перспективы" - И. П. Смирнов, 2019
26. "Критическое мышление в арт-менеджменте" - Е. В. Захарова, 2021
27. "Многофункциональные культурные центры" - А. В. Петрова, 2018
28. "Искусственный интеллект и арт-менеджмент" - К. И. Антонов, 2021
29. "Поддержка молодых художников" - Д. С. Воробьева, 2020
30. "Кураторство в современном искусстве" - Н. Ю. Алексеева, 2019
31. "Публичное искусство в городской среде" - В. Л. Павлова, 2016
32. "Культурная дипломатия" - Р. Н. Лазарев, 2015



III. НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИН, ИХ ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ, ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ (профильное направление)


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. Теории происхождения искусства: основные подходы и современные взгляды.
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 отличие.
6. Искусство и политика. Проблема ангажированности искусства.
7. Перечислите объекты и методы изучения искусства.
8. Социологические теории искусства: социальная функция и влияние на общественные структуры.
9. Историческая обусловленность искусства Древних цивилизаций. Раскройте на примере одной из них.
10. Основные художественные направления в истории искусства и их влияние на культуру разных эпох.
11. Какие ключевые этапы развития истории искусства выделяют исследователи, и каким образом они влияли на формирование художественных течений?
12. Художественные движения XX века: особенности и причины возникновения.
13. Сравнительная характеристика Итальянского и Северного Возрождения.
14. Периодизация искусства Возрождения.
15. Основные особенности и развитие искусства Рококо: эстетика, темы и влияние на последующие направления.
16. Выдающиеся деятели искусства Барокко.

	МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И ИНФОРМАЦИИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН КАЗАХСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ ИСКУССТВ ИМЕНИ ТЕМИРБЕКА ЖУРГЕНОВА	Ф 017-1.113-2026 30.04.2026 г.
	<u>Программа вступительного экзамена</u> вид нормативного документа	Стр. 11 из 22

17. Принципиальные отличия Рококо от Барокко.
18. Основные принципы классицизма.
19. Искусство эпохи Просвещения: эстетика и идеалы.
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. Какие художественные течения оказали наибольшее влияние на развитие современного искусства в Казахстане и почему?
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: особенности и взаимодействие.
28. Расскажите о фовизме как одном из ведущих течений модернизма и его представителях (например, Анри Матисс, Андре Дерен, Рауль Дюфи).
29. Какие ключевые художники и скульпторы Казахстана вошли в историю искусства?
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. Характерные особенности искусства Древнего Египта, Греции и Рима, их влияние на последующие эпохи.
33. Какую роль играли искусство и архитектура в культуре Средневековья, и какие особенности характеризуют этот период истории искусства?
34. Архитектурные стили Ренессанса: основные принципы и их отражение в культуре эпохи.
35. Музеи Казахстана и их роль в контексте современной культуры.
36. Какова роль и значение искусства в современном обществе, и какие вызовы стоят перед современными художниками и арт-менеджерами Казахстана?
37. Барокко – искусство эпохи перемен: исторический контекст.
38. Классицизм – художественный стиль и эстетическое направление.
39. Методы арт-менеджмента: инструменты продвижения и продажи произведений искусства.
40. Художественная жизнь Казахстана в контексте мирового искусства.
41. Какие основные принципы кураторской деятельности и выставочной деятельности в современном искусстве Казахстана?



МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И ИНФОРМАЦИИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАЗАХСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ
ИСКУССТВ ИМЕНИ ТЕМИРБЕКА ЖУРГЕНОВА

Программа вступительного экзамена
вид нормативного документа

Ф 017-1.113-2026

30.04.2026 г.

Стр. 12 из 22

42. Каковы основные этапы создания и реализации художественного проекта, начиная от идеи и заканчивая презентацией?

43. Какие основные тренды наблюдаются в современном искусстве, и как они влияют на работу арт-менеджеров в Казахстане?

44. Факторы, влияющие на ценность произведений искусства на рынке, и методы их оценки.

45. Какие культурные и этические вопросы возникают в сфере арт-менеджмента, и какие подходы к их решению могут быть предложены?

Рекомендуемая литература

1. Алексеев, Ю. А. История мирового искусства: от античности до современности / Ю. А. Алексеев. – М.: Юрайт, 2017. – 456 с.

2. Андреева, Т. А. Искусство эпохи Возрождения: учебное пособие / Т. А. Андреева. – СПб.: Питер, 2016. – 368 с.

3. Беляев, В. Н. Искусство Древнего Египта/В. Н. Беляев. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 320 с.

4. Боровский, А. П. Русское искусство XX века/А. П. Боровский. – СПб.: Питер, 2019. – 304 с.

5. Васильева, Е. С. Искусство барокко: теория и практика/Е. С. Васильева. – М.: Инфра-М, 2017. – 288 с.

6. Волков, А. Н. История архитектуры: от древности до современности/А. Н. Волков. – СПб.: Питер, 2018. – 384 с.

7. Горбунова, Л. И. Искусство Средних веков: учебное пособие/Л. И. Горбунова. – М.: Юрайт, 2016. – 352 с.

8. Денисова, М. А. Искусство модернизма и постмодернизма/М. А. Денисова. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 336 с.

9. Иванов, В. П. Искусство Древней Греции и Рима/В. П. Иванов. – СПб.: Питер, 2017. – 320 с.

10. Киселев, С. В. История искусств: учебное пособие/С. В. Киселев. – М.: Инфра-М, 2016. – 400 с.

11. Козлова, О. Н. Русское искусство XVIII века/О. Н. Козлова. – М.: Юрайт, 2018. – 368 с.


12. Кузнецова, А. И. Искусство эпохи романтизма/А. И. Кузнецова. – СПб.: Питер, 2019. – 288 с.

13. Лебедев, И. Г. История мирового искусства: от древности до наших дней / И. Г. Лебедев. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 448 с.

14. Литвинова, Е. В. Искусство русского авангарда/Е. В. Литвинова. – М.: Инфра-М, 2018. – 320 с.

15. Макарова, Т. Н. Искусство Ренессанса: учебное пособие/Т. Н. Макарова. – СПб.: Питер, 2016. – 384 с.

16. Мельникова, И. А. Искусство Древней Месопотамии/И. А. Мельникова. – М.: Юрайт, 2019. – 336 с.

	МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И ИНФОРМАЦИИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН КАЗАХСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ ИСКУССТВ ИМЕНИ ТЕМИРБЕКА ЖУРГЕНОВА	Ф 017-1.113-2026 30.04.2026 г.
	<u>Программа вступительного экзамена</u> вид нормативного документа	Стр. 13 из 22

17. Романова, И. Г. Искусство эпохи Просвещения/И. Г. Романова. – СПб.: Питер, 2017. – 336 с.

18. Савельев, М. Н. Искусство эпохи барокко/М. Н. Савельев. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 352 с.

19. Сидорова, А. А. Искусство древнего Востока/А. А. Сидорова. – СПб.: Питер, 2018. – 320 с.

20. Харитонов, В. М. Искусство и архитектура готики/В. М. Харитонов. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 304 с.

21. Қарғабекова Р., Жұбаниязова Г. Бейнелеу өнерінің тарихы: оқу құрал, 2004.

22. Между прошлым и будущим. Археология актуальности: Каталог выставки. Ред. Ю. Сорокиной. – Алматы, 2011. – 270 с.

23. Художественный Журнал // <http://xz.gif.ru/>

24. Центральнo-Азиатский Искусствоведческий Журнал // <http://cajas.kz/>

25. Дигитальный Архив/ресурс современного искусства Центральной Азии // <http://astralnomads.net/>

2. «Маркетинг»

Содержание дисциплины

1. 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. Какие основные маркетинговые стратегии могут помочь увеличить посещаемость музеев, галерей и других культурных учреждений?

3. Инструментарий маркетинговых исследований: анкеты, механические и электронные устройства. Процедура разработки анкеты.



**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И ИНФОРМАЦИИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАЗАХСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ
ИСКУССТВ ИМЕНИ ТЕМИРБЕКА ЖУРГЕНОВА**

Ф 017-1.113-2026

30.04.2026 г.

Программа вступительного экзамена
вид нормативного документа

Стр. 14 из 22

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. Какие основные методы и техники маркетинговой коммуникации могут быть использованы для привлечения спонсоров и инвесторов в культурные проекты?
11. Товар в системе маркетинга. Маркировка товара.
12. Какие основные принципы маркетинга применимы в области искусства и культуры?
13. Какие особенности маркетинга в области культурного туризма необходимо учитывать при продвижении искусственных объектов и мероприятий искусства?
14. Бренд и брендинг в товарной политике фирмы. Сущность и виды брендинга.
15. Навыки коммуникации в индустрии визуальных искусств
16. Управление брендом. Сервис и гарантийное обслуживание.
17. Процесс создания нового товара: формирование идей, отбор идей, проверка концепции нового товара, проведение экономической экспертизы, разработка продукции, пробный маркетинг, коммерческое развертывание производств.
18. Понятие связей с общественностью. История возникновения. Функции, области применения, методы связи.
19. Понятие конкурентоспособности товара и критерии ее определения.
20. Методы определения конкурентоспособности товара. Параметры, показатели конкурентоспособности товара
21. Ценовая стратегия: сущность ценовой стратегии.
22. Виды ценовой стратегии и условия их применения. Информация, необходимая для принятия ценовых решений.
23. Сбытовая политика в маркетинге. Оптовая торговля, ее сущность и значение.
24. Функции оптовой торговли. Формы оптовой торговли.
25. Какие основные принципы управления брендом в сфере искусства, и какие факторы влияют на формирование имиджа художника или арт-галереи?



МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И ИНФОРМАЦИИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАЗАХСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ
ИСКУССТВ ИМЕНИ ТЕМИРБЕКА ЖУРГЕНОВА

Ф 017-1.113-2026

30.04.2026 г.

Программа вступительного экзамена
вид нормативного документа

Стр. 15 из 22

26. Понятие розничной торговли, ее функции и виды. Классификация предприятий розничной торговли. Виды магазинов. Немагазинная розничная торговля.

27. Какие особенности рынка искусства необходимо учитывать при разработке маркетинговых стратегий для арт-проектов?

28. Какие методы маркетингового исследования могут быть использованы для изучения целевой аудитории в сфере искусства?

29. Понятие бизнес-модели. Виды бизнес-модели. Инновационные бизнес-модели.

30. Реклама в системе маркетинга. Этапы рекламной деятельности.

31. Понятие рекламной кампании. Организация и проведение рекламных кампаний. Определение эффективности рекламных мероприятий

32. Какие основные маркетинговые инструменты используются для продвижения искусственных произведений искусства, таких как картины, скульптуры и др.?

33. Международный маркетинг. Международный маркетинг-микс.

34. Разработка стратегий международного маркетинга.

35. Маркетинг услуг и некоммерческих организаций

36. Сегментирование рынка и выбор целевого сегмента

37. Упаковка товара и ее роль в продвижении товара

38. Какова роль социальных сетей и цифрового маркетинга в продвижении искусства, и какие стратегии могут быть эффективны для привлечения целевой аудитории?

39. Какие основные принципы маркетинга событий применимы к организации культурных мероприятий, таких как фестивали, выставки и концерты?

40. Какие факторы влияют на формирование ценовой политики в области искусства, и как можно определить оптимальные цены для произведений искусства?

41. Какова роль маркетингового исследования в планировании и разработке культурных программ и проектов?

42. Какие методы анализа рынка могут быть использованы для оценки конкурентной среды в сфере искусства и культуры?

43. Бренд и брендинг в товарной политике фирмы. Сущность и виды брендинга.

44. Какие этические аспекты маркетинга в сфере искусства необходимо учитывать при разработке и реализации маркетинговых стратегий?

45. Ценовая стратегия: сущность ценовой стратегии.

Рекомендуемая литература

1. Тульчинский, С.Л. Маркетинг в сфере культуры [Текст]: Учебное пособие/ С.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова.- СПб.: Лань, Планета Музыки, 2018.- 496 с.ил.



ISBN 978-5-8114-0955-6

2. Котлер, Ф. Маркетинг негіздері [Мәтін]: 17 басылым/Ф. Котлер, Г. Армстронг.- Алматы: Ұлттық аударма бюросы, 2019. 736 б. ISBN 978-601-7943-39-4
3. Демарко, Т. Deadline Роман управления проектами/Том Демарко; Пер с англ А.Максимовой.- М: Манн Иванов ифербер, 2019.- 336 с.
4. Ньютон, Р. Управление проектами от А до Я/Ричард Ньютон.- М: Альпина Паблишер, 2016.- 180 с.
5. Арутюнова, А. Арт-рынок в XXI веке: Пространство художественного эксперимента/Анна Арутюнова. М.: Изд. Высшей школы экономики, 2020. 232 с.
6. Ричард, Р. Стратегиялық бренд-менеджмент: Оқулық/Розенбаум-Эллиотт Ричард, Перван Сайман, Ларри Перси.- Алматы: Ұлттық аударма бюросы қоғамдық қоры, 2020.- 368б.
7. Мұқан, Ш. Маркетинг. Оқуға тиіс 10 кітап: Мазмұндама/Ш. Мұқан.- Алматы: Мазмұндама, 2020.- 192 б. ISBN 978-601-7630-03-4
8. Наумов, В.Н. Маркетинг: Учебник/В.Н. Наумов.- 2-е изд. перераб.и доп.- М.: ИНФРА-М, 2022.- 410 с. ISBN 978-5-16-016723-7 ISBN 978-5-16-109308-5
9. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я; 80 концепций, которые должны знать каждый менеджер/Ф. Котлер.- СПб.: Альпина Паблишер, 2022.- 242с. ISBN 978-5-9614-2764-6
10. Антонова, Н. И. Социальные сети: стратегии и инструменты маркетинга/ Н. И. Антонова. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 304 с.
11. Багаев, В. М. Интернет-маркетинг: технологии и инструменты/В. М. Багаев. – М.: Инфра-М, 2017. – 256 с.
12. Васильев, С. А. Контент-маркетинг: от стратегии до реализации/С. А. Васильев. – СПб.: Питер, 2019. – 288 с.
13. Гаврилов, И. В. Диджитал-маркетинг: современные подходы и технологии/И. В. Гаврилов. – М.: Юрайт, 2016. – 336 с.
14. Громов, В. В. Маркетинг в социальных сетях: как продвигать бренд/В. В. Громов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. – 320 с.
15. Денисова, Е. Н. Маркетинг в условиях цифровой экономики/Е. Н. Денисова. – М.: Инфра-М, 2018. – 224 с.
16. Иванов, А. А. Стратегический маркетинг: теория и практика/А. А. Иванов. – СПб.: Питер, 2017. – 352 с.
17. Козлова, Е. В. Маркетинг и реклама в интернете/Е. В. Козлова. – М.: Вершина, 2019. – 240 с.
18. Лебедев, А. И. Маркетинговые исследования: методология и практика/А. И. Лебедев. – М.: Юрайт, 2016. – 384 с.
19. Левина, М. Г. Бренд-менеджмент: создание и развитие брендов / М. Г. Левина. – СПб.: Питер, 2018. – 256 с.
20. Макарова, Т. В. Маркетинг в сфере услуг: теоретические основы и практические рекомендации/Т. В. Макарова. М.: Альпина Паблишер, 2019 – 320 с.



21. Мальцев, П. К. Поведенческая экономика и маркетинг/П. К. Мальцев. – М.: Вершина, 2017. – 288 с.

22. Морозов, Д. А. Диджитал-брендинг: создание и продвижение бренда в интернете/Д. А. Морозов. – СПб.: Питер, 2020. – 272 с.

23. Николаева, Т. А. Управление маркетингом на предприятии/Т. А. Николаева. – М.: Юрайт, 2016. – 416 с.

24. Орлова, Н. И. Маркетинг и PR в социальных сетях/Н. И. Орлова. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 304 с.

25. Павлова, Е. В. Интернет-реклама: эффективные стратегии и инструменты/Е. В. Павлова. – М.: Инфра-М, 2017. – 256 с.

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. Какие основные принципы маркетингового менеджмента могут быть использованы для продвижения и продажи произведений искусства?
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?



**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И ИНФОРМАЦИИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАЗАХСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ
ИСКУССТВ ИМЕНИ ТЕМИРБЕКА ЖУРГЕНОВА**

Ф 017-1.113-2026

30.04.2026 г.

Программа вступительного экзамена
вид нормативного документа

Стр. 18 из 22

9. Вы проводите студенческий воркшоп – какое пространство вы могли бы использовать для достижения наибольшего эффекта?
10. Во время мероприятия отключилось электричество. Ваши действия?
11. На открытие выставки пришло намного меньше гостей, чем ожидалось. Как вы будете реагировать?
12. За день до фестиваля главный спонсор отказался от сотрудничества. Что вы предпримите?
13. Во время концерта в социальных сетях начали распространяться негативные отзывы о мероприятии. Ваши действия?
14. Команда проекта не укладывается в сроки подготовки мероприятия. Как вы организуете работу?
15. На мероприятии возник конфликт между зрителями и охраной. Как вы будете решать ситуацию?
16. Ваш проект получил негативную критику в СМИ. Как вы будете восстанавливать репутацию проекта?
17. Во время выставки один из экспонатов был поврежден посетителем. Ваши действия?
18. Волонтеры отказались работать в день мероприятия из-за перегрузки. Как вы решите проблему?
19. На ваше мероприятие одновременно назначили крупное городское событие-конкурент. Что вы предпримите?
20. Во время реализации проекта часть команды потеряла мотивацию. Какие методы вы примените?
21. Партнер проекта нарушил договоренности и не выполнил свои обязательства. Ваши действия?
22. Во время онлайн-трансляции мероприятия произошел технический сбой. Как вы будете действовать?
23. На проект выделен минимальный бюджет, но необходимо создать эффектное событие. Какие решения вы предложите?
24. После завершения проекта заказчик остался недоволен результатом. Как вы будете урегулировать ситуацию?
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. Какие основные методы оценки эффективности используются в управлении проектами в области искусства и культуры?
29. Какие нестандартные приемы тайм-менеджмента вы предпочитаете и почему?



МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И ИНФОРМАЦИИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАЗАХСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ
ИСКУССТВ ИМЕНИ ТЕМИРБЕКА ЖУРГЕНОВА

Ф 017-1.113-2026

30.04.2026 г.

Программа вступительного экзамена
вид нормативного документа

Стр. 19 из 22

30. Каковы основные принципы управления в области искусства и культуры?

31. Какие основные задачи и функции арт-менеджера в организации искусственных проектов и мероприятий искусства?

32. Каковы основные принципы управления лидерством применимы в культурных учреждениях и проектах?

33. Каковы основные методы управления бюджетом используются в сфере искусства, и как можно оптимизировать расходы на художественные проекты?

34. Какие особенности управления проектами в области искусства необходимо учитывать при планировании и реализации художественных проектов?

35. Какие основные методы и инструменты управления качеством применимы в сфере искусства и культуры?

36. Как вы будете использовать социальные сети и какие для продвижения детского театра. Обоснуйте свои выводы.

37. Какие основные стратегии управления рисками применимы в сфере искусства и как можно минимизировать риски при организации культурных мероприятий?

38. Какие основные принципы управления изменениями могут быть применены к культурным проектам и мероприятиям?

39. Какие основные методы оценки эффективности используются в управлении проектами в области искусства и культуры?

40. Какие основные принципы управления информацией и коммуникациями применимы в культурных учреждениях и проектах?

41. Какие основные принципы управления персоналом в культурных учреждениях, таких как музеи, галереи и театры?

42. Какие особенности управления творческим процессом необходимо учитывать в сфере искусства и культуры?

43. Каковы основные задачи и функции арт-менеджера в организации искусственных проектов и мероприятий искусства?

44. Какие этические аспекты управления в сфере искусства необходимо учитывать при принятии решений и взаимодействии с художниками, арт-работниками и публикой?

45. Как вы будете использовать социальные сети и какие для продвижения детского театра. Обоснуйте свои выводы.

Рекомендуемая литература

1. Гриффин, Рикки У. Менеджмент [Мәтін]: management/Рикки У. Гриффин.- 12 -басылым.- Алматы: Ұлттық аударма бюросы, 2018.- 768б.- (Рухани жаңғыру). ISBN 978-601-7943-14-1

2. Баттл, Ф. Тұтынушымен қарым-қатынас менеджменті: ұғымдар мен технологиялар [Мәтін]/Фрэнсис Баттл, Стен Маклан.- Алматы: Ұлттық аударма



МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И ИНФОРМАЦИИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАЗАХСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ
ИСКУССТВ ИМЕНИ ТЕМИРБЕКА ЖУРГЕНОВА

Ф 017-1.113-2026

30.04.2026 г.

Программа вступительного экзамена
вид нормативного документа

Стр. 20 из 22

бюросы қоғамдық қоры, 2020.- 4446.ISBN 978-601-7621-25-4

3. Тульчинский, С.Л. Маркетинг в сфере культуры [Текст]: Учебное пособие С.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова.- СПб.: Лань, Планета Музыки, 2018.- 496 с.ил.

4. Воротной, М.В. Менеджмент музыкального искусство [Текст]/М.В. Воротной.- СПб: Планета Музыки, 2013.- 256 с. ISBN 978-5-8114-1576-2 (изд. Лань) 978-5-91938-110-5 (изд. ПЛАНЕТА МУЗЫКИ):

5. Шароватов, Ю. Дистанционный менеджмент: Как управлять сотрудниками на удаленке [Текст]/Юрий Шароватов. М.: Альпина Паблишер, 2020.- 243 с. ISBN 978-5-9614-3580-1

6. Ричард, Р. Стратегиялық бренд-менеджмент : Оқулық/Розенбаум-Эллиотт Ричард, Перван Сайман, Ларри Перси.- Алматы: Ұлттық аударма бюросы қоғамдық қоры, 2020.- 368б.

7. Коленько,С.Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства: Учебник и практикум для вузов/С.Г. Коленько.- М.: Юрайт, 2022.- 370 с.

8. Майкл, Х.Мескон. Основы менеджмента. Классическое издание/Х.Мескон Майкл, Альберт Майкл, Хедоури Франклин.- СПб.: Вильямс, 2020.- 672 с.

9. Кариа, А. Поражай своей презентацией. 30 правил создания впечатляющего слайд-шоу от лучших спикеров TED Talks/Акаш Кариа. - М.: ЭКСМО, 2019.- 208 с.

10. Климова, Т Г. Практика управления проектами в производстве экранных искусств [Текст]: Учебное пособие Для специальности 5В040600-"Режиссура" 5В042300-"Арт менеджмент"/Т Г. Климова, Н.А. Лаврик. - Алматы: КазНАИ им.Т.Жургенова, 2018.- 104с. ISBN 978-601-265-296-3

11. Парсаданова, Т.Н. Телепродюсерство. Современные аспекты [Текст]: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Продюсерство"/Т.Н. Парсаданова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. 231 с.- (Продюсерство). ISBN 978-5-238-02860-6:

12. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования: Учебное пособие/Н.Г. Иншакова.- М.: Аспект Пресс, 2014.- 256 с.ISBN 978-5-7567-0732-8

13. Иванов, А. Реклама. Игра на эмоциях [Текст]/Алекей Иванов.- М.: Альпина Паблишер, 2020.- 219 с. ISBN 978-5-9614-3093-6

14. Шеллинг, Мелисса А. Технологиялық инновациялардағы стратегиялық менеджмент [Мәтін]: 5-ші басылым/Мелисса А. Шеллинг.- Алматы: Ұлттық аударма бюросы қоғамдық қоры, 2019.- 380 б.ISBN 78-601-7943-48-6

15. Эндрюс, Н. Келісімшарт ережелері [Мәтін]: Ағылшын құқығына түсініктеме/Н. Эндрюс; Аудармашы: Ысқақов Е.- Алматы: Ұлттық аударма бюросы қоғамдық қоры, 2020.- 480 б.ISBN 78-601-7943-90-5

16. Ли, Э.П. Медиа этика. Жас мамандардың тәжірибесінен [Мәтін]/Эн Пек Ли, С.Рил Гай. Алматы: Ұлттық аударма бюросы қоғамдық қоры, 2018.- 304 б.- (100 жаңа оқулық. Рухани жаңғыру). ISBN 978-601-7943-18-9




17. Антипина, М. В. Стратегический менеджмент: теория и практика/М. В. Антипина. – М.: Юрайт, 2017. – 368 с.
18. Беспалов, В. П. Современный менеджмент: концепции и модели / В. П. Беспалов. – СПб.: Питер, 2018. – 320 с.
19. Волков, А. П. Управление персоналом: современные подходы и технологии/А. П. Волков. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 256 с.
20. Гаврилова, Т. А. Управление проектами: методология и практика/Т. А. Гаврилова. – М.: Инфра-М, 2019. – 304 с.
21. Горбунов, А. И. Лидерство и управление командой/А. И. Горбунов. – СПб.: Питер, 2020. – 288 с.
22. Денисов, В. Н. Инновационный менеджмент: учебное пособие/В. Н. Денисов. – М.: Юрайт, 2017. – 352 с.
23. Ермаков, С. В. Организационное поведение: теория и практика/С. В. Ермаков. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 288 с.
24. Зайцева, Е. Н. Управление изменениями в организации/Е. Н. Зайцева. – М.: Инфра-М, 2019. – 240 с.
25. Иванова, Л. А. Основы менеджмента: учебник для вузов/Л. А. Иванова. – СПб.: Питер, 2016. – 416 с.

IV. НАИМЕНОВАНИЕ ТЕМ РЕФЕРАТОВ (научно-педагогическое направление)

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

1. Креативные индустрии Казахстана в эпоху глобальных вызовов: от локального контента к международным рынкам.
2. Культурная политика Казахстана в цифровую эпоху: между государственной стратегией и креативной автономией.
3. Постпандемийная трансформация арт-индустрии: новые форматы, аудитории и бизнес-модели.
4. Арт-менеджер как медиатор смыслов: от администратора к стратегу культурных процессов.
5. Арт-сектор Казахстана сегодня: точки роста, кризисы и новые возможности (на примере выбранной индустрии).
6. Спонсорство, меценатство и краудфандинг: гибридные модели финансирования искусства в Казахстане.
7. Экономика искусства в условиях нестабильности: как формируется ценность в креативной экономике.
8. Меценатство 2.0: трансформация частной поддержки искусства в цифровую эпоху.
9. Коммерциализация искусства или экономика смыслов: где проходит граница?

	МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И ИНФОРМАЦИИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН	Ф 017-1.113-2026
	КАЗАХСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ ИСКУССТВ ИМЕНИ ТЕМИРБЕКА ЖУРГЕНОВА	30.04.2026 г.
<u>Программа вступительного экзамена</u> вид нормативного документа		Стр. 22 из 22

10. Социально ориентированное искусство vs индустрия развлечений: конфликт или синергия?
11. Искусство и политика в XXI веке: новые формы взаимодействия и границы свободы.
12. Национальная идентичность в глобальном арт-пространстве: как Казахстан «говорит» с миром.
13. Арт-рынок как экосистема: между элитарностью, спекуляцией и цифровой демократизацией.
14. Искусство в эпоху цифровых технологий: от NFT до метавселенных.
15. Формирование арт-рынка Казахстана: институции, акторы и культурный капитал.
16. Управление культурными проектами в мультикультурном обществе: кейсы и стратегии Казахстана.
17. Как рождается цена искусства: экономика символической ценности.
18. Искусство как драйвер социальных изменений: кейсы культурных инициатив в Казахстане.
19. Галереи нового поколения: от выставок к креативным платформам и комьюнити-центрам.
20. Кто и как оценивает искусство в Казахстане: экспертиза, рынок и субъективность.
21. Этика арт-менеджмента: ответственность перед художником, обществом и рынком.
22. Право и искусство: как законодательство влияет на свободу творчества и арт-бизнес.
23. Государство и искусство: поддержка или контроль? Казахстанский кейс.
24. Арт-образование будущего: какие навыки нужны арт-менеджеру XXI века.
25. Фестивали как инструмент soft power: культурная дипломатия Казахстана.
26. Онлайн-платформы и стриминг как новые галереи: трансформация дистрибуции искусства.
27. Социальные сети как арт-пространство: как Instagram и TikTok меняют визуальную культуру.
28. Арт-резиденции как точки роста креативных экосистем: локальный и глобальный опыт.
29. Гендер и искусство: видимость, возможности и неравенство в арт-индустрии Казахстана.
30. Экологичное искусство: как арт-проекты отвечают на климатические вызовы.