Міністэрства адукацыі Рэспублікі Беларусь

Установа адукацыі «Віцебскі дзяржаўны універсітэт імя П.М. Машэрава»

ЗАЦВЕРДЖАНА

Рэктарам

УА «ВДУ імя П.М. Машэрава»

 В.В.Багатыровай

''\_\_27\_'' \_\_\_лютага\_\_\_ 2025 г.

**Праграма ўступнага экзамена ў магістратуру**

**ДЛЯ СПЕЦЫЯЛЬНАСЦІ:**

**7-06-0215-03**– «Арт-менеджмент»

Прафілізацыя: Праектны менеджмент у сферы мастацтва

Рэкамендавана да зацвярджэння

кафедрай выяўленчага мастацтва

(пратакол № 2 ад 28.01.2025 г.)

Віцебск, 2025 г.

**СКЛАДАЛЬНІК:** **Цыбульскі М.Л.,** дацэнт кафедры выяўленчага мастацтва, кандыдат мастацтвазнаўства

**РЭЦЭНЗЕНТ:** ***Шаура Р.Ф.,*** загадчык кафедры дэкаратыўна-прыкладнога мастацтва БДУКМ, доктар мастацтвазнаўства, прафесар;

 ***Шамшур В.В.****,* прафесар кафедры дэкаратыўна-прыкладнога мастацтва і тэхнічнай графікі, кандыдат мастацтвазнауства;

**ТЛУМАЧАЛЬНАЯ ЗАПІСКА**

***Характарыстыка праграмы***

**«Арт-менеджмент»**

Ва ўмовах інтэнсіўна набіраючай абароты рынкавай эканомікі істотным бачыцца ўсведамленне значнасці менедженту і прадпрымальніцтва ва ўсіх сферах жыццядзейнасці, але асабліва ў сферы мастацтва, паколькі выразная, эфектыўная і канкурэнтаздольная энергія інтэлектуальнага рэсурсу / капіталу мэнэджэраў, прадпрымальнікаў, бізнэсоўцаў спрыяе развіццю названай сферы чалавечай актыўнасці, што застаецца ў сучаснай эпосе пераменаў.

Мэтай уступнага экзамена з'яўляецца вызначэнне дастатковасці ўзроўню ведаў абітурыента для далейшай адукацыйнай дзейнасці ў галіне арт-мэнэджменту. Праграма ўключае два асноўныя раздзелы – мэнэджменту і мастацтвазнаўства, якія адпавядаюць ўзроўню ведаў бакалаўрыяту, неабходныя для наступнага засваення дысцыплін магістарскай праграмы. У час экзамена, абітурыенты павінны паказаць падрыхтаванасць да працягу навучання ў магістратуры і прадэманстраваць схільнасць і гатоўнасць да мэнэджарскай і дзейнасці ў сферы мастацтва і культуры.

Абітурыент, які здае ўступныя экзамены па «Арт-менеджменту», павіненпрадэманстраваць:

- разуменне асноўных функцый менеджменту, асноўных аспектаў і канцэпцый кіравання;

- веданне асноў мастацтвазнаўства, тэорыі практыкі развіцця мастацтва;

- валоданне прафесійнай тэрміналогіяй;

- разуменне праблем сучаснага мастацтвазнаўства і ўменне прымяняць асноўныя паняцці менеджменту да сферы мастацтва і культуры;

Экзаменацыйныя пытанні ахопліваюць усе тэмы, прыведзеныя ў праграме. Праграма дадзенага курса складзена ў адпаведнасці з патрабаваннямі існуючага стандарта вышэйшай адукацыі і вучэбным планам па спецыяльнасці 1-20 81 01– «**Арт-менеджмент**».

**ЗМЕСТ КУРСА**

*Раздзел 1. Агульныя пытанні мастацтвазнаўства*

**Тэма 1. Мастацтвазнаўства як навука. Прадмет і задачымастацтвазнаўства. Сучасная структура мастацтвазнаўчыхведаў (гісторыямастацтва, тэорыямастацтва, мастацкаякрытыка, музеязнаўства і г.д).**

Мастацтвазнаўства як тэкставае і моўнае "суправаджэнне" мастацкай практыкі. Лінгвістычныя і літаратурныя аспекты мастацтвазнаўства ("паэтычныя карані" навукі аб мастацтве).Прадмет і задачы мастацтвазнаўства. Гістарычны характар зменаў мэтаў і задач даследавання мастацтва. Структура мастацтвазнаўства: тэорыя мастацтва, гісторыя мастацтва, мастацкая крытыка, музеязнаўства, іх функцыянальныя і метадалагічныя адрозненні.

Месца інтуіцыі і творчага пачатку ў навуцы аб мастацтве. Тыпалогія метадаў мастацтвазнаўства (метады апісальна-дыскурсіўныя, аналітычныя і абагульняюча-сінтэтычныя).Залежнасць метадалогіі мастацтвазнаўства на тым або іншым этапе ад характара сучаснага мастацкага жыцця, тэорыі мастацтва, стану мастацкай крытыкі, эстэтыкі і філасофіі мастацтва на тым або іншым этапе.

**Тэма 2. Істытуцыянальныя асновы сучаснага мастацтвазнаўства (адукацыйныя ўстановы, навукова-даследчыя інстытуты, цэнтры сучаснага мастацтва, музеі, прафесійныя саюзы і аб'яднанні і г.д.).**

Істытуцыянальныя асновы сучаснага мастацтвазнаўства (адукацыйныя ўстановы, навукова-даследчыя інстытуты, цэнтры сучаснага мастацтва, музеі, прафесійныя саюзы і аб'яднанні і г.д.). Формы абмену навуковай інфармацыяй: перыядычныя выданні, навуковыя форумы і канферэнцыі.Праблема рацыянальнага і ірацыянальнага аспектаў мастацтвазнаўства.

**Тэма 3. Праблема відавой і жанравай класіфікацыі мастацтва . Віды мастацтва.**

 Праблема відавой і жанравай класіфікацыі мастацтва як адна з найважных праблем тэарэтычнага мастацтвазнаўства. Сучасная тэорыя жанраў мастацтва

Віды мастацтва як розныя спосабы мастацкага мыслення. Віды і разнавіднасці выяўленчай творчасці. Сістэма відаў мастацтва і адзінства мастацкага мыслення. Своеасаблівасць мастацкай вобразнасці і мовы мастацтва ў розных яго відах. Выяўленчае мастацтва і архітэктура ў сістэме мастацтваў.Ўзаемадзеянне паміж рознымі видами мастацтваў. Феномен мастацкага сінтэзу.Сінтэтычныя віды мастацтва.

**Тэма 4. Вызначэнне зместу мастацтва як адна з найважных праблем тэарэтычнага мастацтвазнаўства.**

Эстэтычная прырода і сацыяльная роля мастацтва. Мастацтва як спосабпазнання свету.Праблемамастацкайпраўды. Узаемадзеяннемастацтва і іншых форм свядомасці. Эстэтычныякаштоўнасці ў мастацтве. Межымастацтва.Мастацтва як феномен культуры.

**Тэма 5. Мовамастацтва і заканамернасціяеразвіцця.**

Мастацтва як гістарычна вызначаная сістэма сродкаў выразнасці. Катэгорыя мовы і своеасаблівасць мастацкага мыслення. Сувязь мовы мастацтва з міфалагічным, рэлігійна-містычным, рацыянальным і звычайным мысленнем. Семіятычны падыход да мовы мастацтва. Структурныя аспекты мовы розных відаў мастацтва.

Эвалюцыя мовы мастацтва: гістарычныя асаблівасці і заканамернасці. Уплыў масавай культуры на эвалюцыю мовы мастацтва. Элементы традыцыйнай мовы выяўленчага мастацтва (кампазіцыя, сюжет; колер, каларыт , перспектыва і г.д.) і сродкі выразнасці ў шэрагу відаў сучаснага мастацтва (відэа, камп’ютарнае мастацтва, мультымедыа).

**Тэма 6.. Мастацкі вобраз і разнастайнасць яго формаў. Вобраз і знак у мастацтве**.

Вобраз як адзін з найважнейшых кампанентаў мастацтва, яго галоўны інструмент. Вобраз, як мастацкая думка аўтара, які складаецца з непарыўна звязаных зместу і формы. Мастацкі вобраз - як вынік асэнсавання мастаком якой-небудзь з'явы, працэсу ўласцівымі таму, ці іншаму віду мастацтва спосабамі. Унутраная структура вобраза: розныя канцэпцыі. Мастацкі вобраз як адзінства тыповага і індывідуальнага. Мастацкі вобраз як сістэма ідэй і думак, якая адпавядае складанасці, эстэтычнаму багаццю і шматграннасці самога жыцця.

**Тэма 7.. Мастацтвазнаўчаедаследаванне, як працэс; яго этапы, задачы і формы. Асаблівасцітэарэтычнага і гістарычнагадаследавання.**

Мастацтвазнаўчаедаследаванне як працэс, яго этапы і задачы. Асаблівасцітэарэтычнага і гістарычнагадаследавання. Вывучэнненавуковайлітаратуры, каталагізацыямастацкіхпомнікаў. Абагульненнематэрыялу і выпрацоўканавуковайканцэпцыі. Афармленневынікаўдаследавання ў тэкстабонавуковаепаведамленне. Формы і жанры мастацтвазнаўчага даследавання *.*

Мастацтвазнаўчае даследаванне як тэкст. Віды і жанры навуковых публікацый: манаграфія, навуковы артыкул, бібліяграфічны (анатаваны) паказальнік, каталог, дысертацыя.

**Тэма 8. Методыкаапісання і аналізутворавыяўленчагамастацтва**

Методыкаапісання і аналізутворавыяўленчагамастацтва. Аналіз мастацкай вобразнасці і мовы. Сістэмны аналіз і ўсталяванне ўнутраных сувязяў паміж мастацкімі з'явамі, паміж галоўнымі кампанентамі твора.

**Тэма 9. Філасофія і мастацтва.**

Філасофія і мастацтва: гісторыя узаемадачыненняў ад Платона да Хайдэгера. Мастацтва і філасофія: сучасныя аспекты ўзаемадачыненяў.

**Тэма 10. Мастацкая крытыка, яе функцыі, формы і задачы**.

Мастацкая крытыка як частка мастацтвазнаўства, яе спецыфіка. Асноўныя этапы развіцця мастацкай крытыкі і эсэістыкі. Месца мастацкай крытыкі ў сістэме сучаснага мастацтвазнаўства. Значэнне гісторыі мастацкай крытыкі для разумення мастацкага працэсу ў мінулым. Ацэначна-суб'ектыўная прырода крытыкі і праблема "аб'ектыўнасці". Мастацкая крытыка і мастацкая практыка. Крытыка як ар'ергард або авангард мастацтвазнаўства. Мастацкая крытыка на сучасным этапе і яе роля ў арганізацыі мастацкага жыцця.

**Тэма 11. Стыль у мастацтве і ягопраявы.**

Стыль, як праблема мастацтвазнаўства. Феномен стыля. Генератары стыля. Стыль, як філасофія гісторыі і як праблема часу. Стыль як эклектыка і як таталітарызм.Мастацкая школа як носьбіт стылю.Стылістычныя традыцыі. Полістылістыка

**Тэма 12. Асновы музеязнаўства.**

Тэорыя і практыка камплектаванне музейных калекцый. Прынцыпызахоўвання і экспанаванніпомнікаўмастацтва. Арганізацыявыставачнайдзейнасці. Гісторыязбіральніцтва. Найбуйнейшыямузеі свету. Віртуальныя музеі.Музей сучаснага мастацтва. Праблемы арганізацыі экспазіцыі.

**Тэма 13.Сацыялагічныя аспекты даследавання мастацтва.**

Мастацтва і грамадства.Сацыяльнае існаванне мастацтва ў сферах жыцця грамадства, яго сацыяльных інстытутах. Сацыялогія мастацтва як навуковая тэорыя і сума навуковых эмпірычных ведаў. Сацыяльны характар мастацтва: выражэнне ў мастацтве сацыяльнай псіхалогіі, ідэалаў грамадства, светапогляду сацыяльных груп, слаёў і класаў грамадства; функцыянаванне мастацтва ў грамадстве, у сістэме сацыяльных інстытутаў і яго сацыяльная роля;мастацкая жыццё грамадства і мастацкая стратыфікацыя. Асаблівасці ўспрымання і ацэнкі мастацтва мастацкай публікай і мастацкай крытыкай:мастацкая культура грамадства. Сацыяльная абумоўленасць гістарычнага развіцця мастацтва, сацыяльныя заканамернасціразвіцця мастацтва.

Сацыяльныя праблемы мастацкай творчасці. Ролю грамадства ў фарміраванні творчых задум мастака. Элітарная і папулярнае мастацтва. Мастацтва і ідэалогія, асаблівасці ўзаемадачыненняў мастака і ўлады. Некаторыя праблемы сацыялагічнага вывучэння мастацтва.

**Тэма 14. Псіхалогія і мастацтвазнаўства. Псіхалагічныя праблемы мастацтва.**

Тэорыя мастацтва і псіхалогія. Сацыяльная і індывідуальная псіхалогія мастацтва. Псіхалагічныя ракурсы вывучэння мастацтва (Л.Выгоцкі) Ужыванне прынцыпаў гештальтпсіхалогіі да аналізу мастацкай творчасці і мастацкага ўспрымання. Псіхалогіямастацтвапраздаследаванне формы і матэрыялумастацтва.

**Тэма 15. Сучаснымастацкіпрацэс і спосабыягоасэнсавання. Міждысцыплінарнаевывучэннемастацтва як кірунакбольшпаглыбленагавывучэнняягорозныхаспектаў.**

Сучаснымастацкіпрацэс і спосабыягоасэнсавання. Межы паняцця "мастацтва" у постмадэрнізме Метадалогія даследавання постмадэрнісцкіх ідэй. Постмадернізм і традыцыя. Знішчэнне дыстанцыі паміж масавым і элітарным мастацтвам. Інтэртэкстуальнасць як метад мастацкай творчасці.

Інтэрнацыянальны арт-свет. Ракурсы вывучэння мастацтва і праблемы тэрміналогіі. Новыя парадзігмы даследавання сучаснага мастацтва. Міждысцыплінарнае вывучэнне мастацтва як кірунак больш паглыбленага вывучэння яго розных аспектаў.

*Раздзел 2. Асноўныя пытанні менеджменту*

**Тэма 1. Агульная характарыстыка менеджменту.**

Паняцці «кіраванне» і «менеджмент», іх адзінства і адметныя асаблівасці. Менеджмент як працэс, як функцыя, як від дзейнасці па кіраўніцтву людзьмі. Менеджмент як навука і як мастацтва. Аб'ектыўная неабходнасць кіравання.

**Тэма 2. Кіраванне як спецыфічная дзейнасць, яе сутнасць, адрозненні ад іншых відаў дзейнасці.**

Кіраванне як спецыфічная дзейнасць, яе сутнасць, адрозненні ад іншых відаў дзейнасці. Асаблівасці сучаснага менеджменту. Суб'ект (органы кіравання) і аб'ект кіравання (кіраваная сістэма). Інфармацыйная прырода кіравання. Паняцце зваротнай сувязі. Цыкл кіравання. Вызначэнне паняцця "функцыі кіравання». Прырода і склад функцый кіравання.

**Тэма 3. Інфраструктура менеджменту.**

Інфраструктура менеджменту. Агульныя функцыі кіравання: планаванне, арганізацыя і каардынацыя, кантроль і рэгуляванне, матывацыя. Спецыяльныя функцыі. Прыклады спецыяльных функцый кіравання. Сутнасць і значэнне маркетынгу і інавацый у развіцці арганізацыі.

**Тэма 4. Асноўныя інстытуты арт - бізнесу ў сучасным свеце.**

Асноўныя інстытуты арт - бізнесу ў сучасным свеце. Крэатыўнасць як важнейшы кампанент інфармацыйнага грамадства. Візуальная камунікацыя і яе месца ў сістэме камунікацый у грамадстве.

**Тэма 5. Мастацкі рынак як сацыякультурная з'ява Этапы станаўлення і развіцця мастацкага рынку.**

Эканамічныя і прававыя асновы мастацкага рынка: Тэндэнцыі развіцця сучаснага арт-рынку. Генезіс культурноисторических формаў арт-рынку ў Заходняй Еўропе. Функцыі і інфраструктура арт-рынка. Асноўныя характарыстыкі сучаснага арт - рынку. Галерэі і музеі як інстытуты візуальнай камунікацыі. Асноўныя замежныя і айчынныя мастацкія музеі і галерэі .. Арт - кластары, асноўныя паняцці, асаблівасці дзейнасці. Мастацтва як аб'ект інвеставання.

**Тэма 6. Арт-бізнес і арт-менеджмент: гісторыя развіцця і змест паняццяў.**

Развіццё сістэмы арт-бізнесу, арт-індустрыі. Асноўныя паняцці арт-менеджменту. Сістэма кіравання вытворчымі працэсамі ў мастацтве.Стратэгія і тактыка арт-тэхналогій. базавыя катэгорыірынку. Характэрныя асаблівасці дзейнасці арт-мэнэджэра. Прафесійныя функцыі і кіраўніцкія ролі арт-мэнэджэра. Тэхналогіяпланавання дзейнасці арт-мэнэджэра. Мастацка-творчая функцыі арт-мэнэджэра.Прафесійныя якасці арт-мэнэджэра. Тэхналогія праектавання ў дзейнасці арт-мэнэджэра. Сучасны стан мастацтва і яго ўплыў на дзейнасць арт-мэнэджэра.Арганізацыя дабрачыннай дапамогі ў арт-індустрыі.

**Тэма 7. Культурны прадукт і яго асаблівасці**

Культурны прадукт як зборнае паняцце, якім абазначаюцца як непасрэдныя вынікі культурнай дзейнасці суб'ектаў сферы культуры і мастацтваў, так і ў больш шырокім сэнсе - як штосьці, што мела пэўны набор уласцівасцяў, якія ствараюць культурную або эстэтычную каштоўнасць. Звычайна культурны прадукт можа быць выяўлены: у канкрэтнай культурнай каштоўнасці або артэфакце (малюнак, рукапіс, музыка, песня, выступленне, архітэктурнаеасяроддзе i г.д.); ў тавары, г.зн. культурнай каштоўнасці ў матэрыяльнай форме, прапанаванай да продажу (кніга, карціна, музычная пласцінка, іншы твор мастацтва);- у паслузе, г.зн. культурнай каштоўнасці ў нематэрыяльнай форме, стваранай суб'ектам сферы культурнымтуры і мастацтваў у мэтах задавальнення пэўных патрэбаў мэтавай групы (тэатральнае выступленне, музычны канцэрт, выстава, фестываль);у сукупнасці вышэйпералічаных відаў культурнага прадукту, якая стварае дадатковуюкаштоўнасць у іншых відах дзейнасці (культурны турызм, адукацыю ў галіне культуры і мастацтваў, культурна-забаўляльныя мерапрыемствы для дзяцей).

Вылучаючы асаблівасці культурнага прадукту, які адрознівае яго ад традыцыйных прадуктаў, варта спыніцца на наступных момантах - кантэкст спажывання; ролю творцы (стваральніка культ. прадукту); геаграфічнае ўплыў.1. Кантэкст спажывання культурнага прадукту. Існуе два традыцыйных ўяўлення абзначэнні культурных прадуктаў у грамадстве (гэта супярэчнасць адносіцца ў асноўным да прадуктаўмастацтва) - культурны прадукт як элітарны прадукт (высокае мастацтва) з аднаго боку, імасавы культурны прадукт (нізкая або масавая культура) з другога. Аднак элітарнасць культурнага прадукту вызначае, перш за ўсё, абмежаванасць у магчымасьці яго «спажывання» больш шырокімі колам людзей. Супрацьлеглымі ўласцівасцямі валодае масавы культурны прадукт: ён ствараецца з мэтай задавальнення патрэбаў максімальна шырокага кола асоб, арыентаваны на бягучыя запыты, павеваў моды, эксплуатуе самыя простыя эмацыйныя сферы чалавека.

**ТЭМА 8. Арт-менеджэр і яго прафесійныя кампетэнцыі.**

Структура кампетэнтнаснага мадэлі арт-мэнэджэра. Прафесійная кампетэнтнасць - аснова дзейнасці арт-мэнэджэра, як якасны ўзровень прафесійнай дзейнасці, арыентаванай на сацыяльна значны, культурна-творчы канчатковы вынік і аптымальны працэс яго дасягнення. Професійныя функцыі і напрамкі дзейнасці арт-мэнэджэра.

Мадэль прафесійных якасцяў арт-мэнэджэра. Стыль кіраўніцтва як адлюстраванне культуры арганізацыі. Асноўныя групы ведаў і ўменняў, якія і вызначаюць патрабаванні прафесійнай дзейнасці арт – мэнэджэра. Прафесійныя веды, уменні і навыкі:-веданне канцэпцый арт-мэнэджмэнту, распрацаваных у розныя перыяды развіцця менеджменту ў сферы культуры і мастацтва і ацэнка перспектыў іх прымянення ў сучасным менеджменце ў сферы мастацтва; веданне нарматыўна-прававой і маральна-этычнай асноў дзейнасці арт-мэнэджара і ўменне прымяняць іх на практыцы;профессиональное валоданне методыкай маркетынгавай, фінансавай і кіраўніцкай дзейнасці ў сферы арт - індустрыі;уменне арганізоўваць дзейнасць прыватнай арт - фірмы, сумеснага або дзяржаўнай установы культуры і мастацтва;уменне праектаваць творчую дзейнасць мастацкага прафесійнага або самадзейнага калектыву, асобнага артыста, мастака, дызайнера і г.д.

**Тэма 9. Тэхналогіі выставачнай дзейнасці.**

Агульная характарыстыка выставачнай дзейнасці. Планаванне ўдзелу ў выставе. Арганізацыя выстаў рознага ўзроўню (міжнародныя, гарадскія і г.д.). Спецыфіка працы куратара, дызайнера, архітэктара, мастака-дэкаратара. Арганізацыя экспазіцыі. Арганізацыя маршрутаў руху наведвальнікаў. Падбор мастакоў. Падрыхтоўка каталогаў. Падбор і навучанне персаналу. Выставачнае абсталяванне. Крытэрыі поспеху выставы і планаванне метадаў іх дасягнення. Аўтарскія правы выставачных экспанатаў. Дыпламатыя выставачнага бізнесу. Арганізацыярэкламы выставы. Прэс-рэліз. Асвятленне вынікаў выставы ў сродках масавай інфармацыі.

**Тэма 10. Рэкламная індустрыя і асаблівасці яе гістарычнага развіцця.**

Індустрыя рэкламы як галіна эканомікі, якая вызначае рэкламу ў якасці прадукта эканамічнай дзейнасці і забяспечвае грамадскую патрэбу ў рэкламных паслугах. Рэкламная дзейнасць як адмысловы від камунікацыйнай дзейнасці людзей. Рэкламная дзейнасць - асаблівы сацыяльны інстытут, які забяспечвае грамадскую патрэбу ў рэкламных паслугах.

Індустрыя рэкламы як складаная міжгаліновая сістэма, якая функцыянуе ў складзе эканамічнага комплексу і паўстае як галіна прафесійнай дзейнасці, звязанай з вытворчасцю матэрыяльнай і нематэрыяльнай прадукцыі, выкананнем работ і аказаннем паслуг..

У аснове функцыянавання рэкламнай індустрыі ляжыць вытворчасць рэкламных прадуктаў і рэкламных паслуг. Характэрнымі рысамі структурнай завершанасці рэкламнай дзейнасці, якія дазваляюць разглядаць рэкламу як індустрыяльную сістэму, з'яўляюцца развіццё рэкламных прадпрыемстваў розных тыпаў, якія вырабляюць комплексны рэкламны прадукт і / або якія аказваюць толькі рэкламныя паслугі.

**Тэма 11. Рынак антыкварыяту і асаблівасці яго функцыянавання**

Антиквариат- тэрмін, які ўжываецца для апісання розных катэгорый старадаўніх рэчаў, якія маюць значную каштоўнасць. Антыкварыят ў цэлым - гэта старыя або рэдкія мастацкія творы або іншыя каштоўныя рэчы, якія з'яўляюцца аб'ектамі калекцыянавання і гандлю. Захапляюцца антыкварыятам як прыватныя калекцыянеры, так і дзяржава, для якога антыкварныя прадметы з уласцівай ім гістарычнай атрыбутыкай часцяком ўяўляюць асаблівую гісторыка-праваую цікавасць. Ва ў свеце існуе развітая сетка спецыялізаваных крам, аўкцыёнаў, як і фізічных, так і электронных, якія гандлююць антыкварыятам. Гандаль прадметамі мастацтва - бізнес спецыфічны гадзінам «ценявы», а ў шэрагу выпадкаў адкрыта крымінальны. Застаючыся ў максімальнай ступені лібералізаваць і даючы магчымасць ананімна апераваць вялікімі сродкамі, у асноўным вызваленых ад выплаты якіх-небудзь падаткаў, гэты рынак надзейна зачынены ад шырокай публікі, застаючыся арыентаваным на вузкае кола багатых кліентаў на якіх працуюць не менш засакрэчаныя «чорныя» дылеры і рознага роду кансультанты. Часам аб існаванні калекцыі коштам у некалькі мільёнаў даляраў вядома толькі дылеру і самому кліенту. У сувязі з гэтым варта аднесці дадзены тып рынку да свабоднага, нелегальнаму і нерэгуляванага.Ўздым рынку антыкварнага гандлю часта звязваюць з высокімі коштамі на нафту. Ключавую ролю ў гэтым працэсе гуляюць аўкцыённыя дамы, таму што ўся палітыка цэнаўтварэння на рынку вызначаецца вынікамі аўкцыённага гандлю. Рынак антыкварыяту падобны на фондавы, а аўкцыённыя таргі - на біржавыя. За імі назіраюць ўсе ўдзельнікі рынку. Найбольш моцна растуць у цане прадметы, звязаныя з гістарычнымі асобамі і падзеямі. Цікавы пласт уяўляе сабой і жывапіс. Рынак прадметаў мастацтва і прадметаў даўніны ў апошні час актыўна развіваецца, прыцягваючы як магчымымі высокімі даходамі, так і нематэрыяльнымі выгадамі.

**Тэма 12.Куратарства як механізм рэгулявання дзейнасці мастацкіх інстытуцый.**

Куратарства ў арганізацыі музейнай дзейнасці. Куратар ў якасці захавальніка, даследчыка, камплектавальшчыка мастацкай калекцыі і экспазіцыянера. Музей як мастацкі праект. Куратарства ў арганізацыі галерэйнай дзейнасці.Спецыфіка куратарскай дзейнасці пры вядзенні галерэйнага праекта. Ацэнка твораў мастацтва. Куратарства ў арганізацыі фестываляў і біенале сучаснага мастацтва. Праблематыка арганізацыі міжнародных форумаў сучаснага мастацтва. Розныя падыходы да арганізацыі экспазіцыі - геаграфічныя, эканамічныя, культурныя. Прынцып адбору мастакоў для выставы праз ацэнку іх дзейнасці на аснове аналізу сучаснага мастацтва на сусветным узроўні. Куратарства і мастацкі праект у сістэме сучаснага мастацтва.

**Тэма 13.Сусветная арт-індустрыя як сістэма.** Элементы, ўзаемасувязі, функцыі.Асаблівасці кіравання арт-індустрыяй. Творча-вытворчая дзейнасць мастацкіх інстытуцый. Заснавальнікі праектаў. Наяўнасць партнёраў: мецэнаты, спонсары.

**Тэма 14. Менеджмент у сферы мастацтва і сучасныя інфармацыйныя тэхналогііи**

Мастацтва і сучасныя інфармацыйныя тэхналогіі. Ўплыўсучасныхінфармацыйныхтэхналогій на культуру і мастацтва, на метадыіхвывучэння і асваення.Праява і роля інфармацыйных тэхналогій у мастацтве. Інтэрнэт-публікацыі класічнага і сучаснага мастацтва і фарміраванне новага культурнага асяроддзя. Праблемы ўплыву сучасных інфармацыйных тэхналогій на мастацтва Магчымасць непасрэднага доступу да першасных крыніц інфармацыі (музейных калекцый, выстаў і фестываляў, кіно і тэлефільмаў, да разнастайных баз дадзеных у галіне культуры і мастацтва).

Выкарыстанне сеткі Інтэрнэт для працы з інфармацыяй па мастацтву.Тэлекамунікацыйныя тэхналогіі. Разнавіднасці архітэктуры кампутарных сетак. Прыкладныя сэрвісы Internet.

Работа з інфармацыйнымі рэсурсамі па мастацтву .Інтэрнэт-публікацыі класічнага і сучаснага мастацтва. Каталогі і базы дадзеных (на прыкладзе музейных калекцый). Электронныя выданні і іх класіфікацыя Электронныя выданні па гісторыі культуры і мастацтва.

**Тэма 15. Новыя камунікацыйныя тэхналогіі і менеджмент у інтэрнэт-прасторы.**

Інфармацыйныя тэхналогіі і новае асяроддзе развіцця мастацтва. Медыя-арт.Праблемы ўплыву сучасных інфармацыйных тэхналогій на мастацтва. Віртуальныя экспазіцыі і выставыМедыя-арт як форма развіцця мастацтва ў рэчышчы сучасных тэхналогій. Медыя-арт на асобных носьбітах і інтэграваны ў сеткавае асяроддзе. Інтэрактыўныя формы уздзеяння на гледача. Стварэнне медыяпраектаў, асаблівасці іх прадвіжэння і даследавання. Адрозненні медыя-арт-праектаў па сваіх задачах, маштабу, тэхналогіях, дызайне і мэтавых групах.Інфармацыйныя тэхналогі у працэсе арганізацыі камунікацыі “мастак-рэцыпіент”.

**Пытанні да уступнага экзамена**

*Раздзел 1. Агульныя пытанні мастацтвазнаўства*

1. Мастацтвазнаўства як навука. Прадмет і задачымастацтвазнаўства. Сучасная структура мастацтвазнаўчыхведаў (гісторыямастацтва, тэорыямастацтва, мастацкаякрытыка, музеязнаўства і г.д).
2. Істытуцыянальныя асновы сучаснага мастацтвазнаўства (адукацыйныя ўстановы, навукова-даследчыя інстытуты, цэнтры сучаснага мастацтва, музеі, прафесійныя саюзы і аб'яднанні і г.д.).
3. Праблема відавой і жанравай класіфікацыі мастацтва . Віды мастацтва.
4. Вызначэннезместумастацтва як адна з найважныхпраблемтэарэтычнагамастацтвазнаўства.
5. Мовамастацтва і заканамернасціяеразвіцця.
6. Мастацкі вобраз і разнастайнасць яго формаў. Вобраз і знак у мастацтве.
7. Мастацтвазнаўчаедаследаванне, як працэс; яго этапы, задачы і формы. Асаблівасцітэарэтычнага і гістарычнагадаследавання.
8. Методыкаапісання і аналізутворавыяўленчагамастацтва
9. Філасофія і мастацтва. аспекты ўзаемадачыненяў.
10. Мастацкая крытыка, яе функцыі, формы і задачы.
11. Стыль у мастацтве і ягопраявы .
12. Музей і мастацтва: кадекцыяніраванне, захоўванне і прэзентацыя твораў мастацтва ў музеі.
13. Сацыялагічныя аспекты даследавання мастацтва.
14. Псіхалогія і мастацтвазнаўства. Псіхалагічныя праблемы мастацтва.
15. Сучаснымастацкіпрацэс і спосабыягоасэнсавання. Міждысцыплінарнаевывучэннемастацтва як кірунакбольшпаглыбленагавывучэнняягорозныхаспектаў.

*Раздзел 2. Асноўныя пытанні менеджменту*

1. Агульная характарыстыка менеджменту.
2. Кіраванне як спецыфічная дзейнасць, яе сутнасць, адрозненні ад іншых відаў дзейнасці.
3. Інфраструктура менеджменту.
4. Асноўныя інстытуты арт - бізнесу ў сучасным свеце.
5. Мастацкі рынак як сацыякультурная з'ява Этапы станаўлення і развіцця мастацкага рынку.
6. Арт-бізнес і арт-менеджмент: гісторыя развіцця і змест паняццяў.
7. Культурны прадукт і яго асаблівасці
8. . Арт-менеджэр і яго прафесійныя кампетэнцыі.
9. Тэхналогіі выставачнай дзейнасці.
10. Рэкламная індустрыя і асаблівасці яе гістарычнага развіцця.
11. Рынак антыкварыяту і асаблівасці яго функцыянавання
12. Куратарства як механізм рэгулявання дзейнасці мастацкіх інстытуцый.
13. Сусветная арт-індустрыя як сістэма.
14. Менеджмент у сферы мастацтва і сучасныя інфармацыйныя тэхналогііи
15. Новыя камунікацыйныя тэхналогіі і менеджмент у інтэрнэт-прасторы.

**Крытэрыі 10-бальнай шкалы адзнак**

 **ведаў і кампетэнтнасці абітурыентаў.**

**10 балаў - ЦУДОЎНА:**

- сістэматызаваныя, глыбокія і поўныя веды па ўсіх частках праграмы, а таксама па асноўных пытаннях, якія выходзяць за яе межы;

-дакладнаевыкарыстанненавуковайтэрміналогіі (у тымліку на замежнай-мове), лагічнаі,стылістычнаправільныяадказы на пытанні;

- відавочнаяздольнасцьсамастойна і творчавырашацьскладаныяпраблемы ў нестандартнайсітуацыі;

-высокіўзровень асэнсавання праблемАрт-мэнэджменту, творчысамастойны аналіз сітуацыі ў сучасным мастацтве.

**9 балаў - ВЫДАТНА:**

-сістэматызаваныя, глыбокія і поўныя веды па ўсіхчасткахпраграмы;

-дакладнаевыкарыстанненавуковайтэрміналогіі, лагічнаі,стылістычнаправільныяадказы на пытанні;

-здольнасцьсамастойна і творчавырашацьскладаныяпраблемы ў нестандартнайсітуацыі ў рамкахнавучальнайпраграмы;

-добрыўзровень асэнсавання праблеммастацтвазнаўства і Арт-мэнэджменту, самастойны аналіз сітуацыі ў сучасным мастацтве..

**8 балаў - АМАЛЬ ВЫДАТНА:**

-сістэматызаваныя, глыбокія і поўныя веды па ўсіхпастаўленыхпытаннях у аб'ёменавучальнайпраграмы;

-выкарыстанненавуковайтэрміналогіі, стылістычнапісьменныі лагічныадказ на пытанні, уменнерабіцьабгрунтаваныявысновы;

-здольнасцьсамастойнавырашацьскладаныяпраблемы ў рамкахвучэбнай праграмы;

-дастатковы высокіўзровень асэнсавання праблеммастацтвазнаўства і Арт-мэнэджменту, самастойны аналіз сітуацыі ў сучасным мастацтве..

**7 балаў - ВЕЛЬМІ ДОБРА:**

-сістэматызаваныя, глыбокія і поўныя веды па ўсіхчасткахпраграмы;

-выкарыстанненавуковайтэрміналогіі, лінгвістычна і лагічнаправільныяадказы на пытанні, уменнерабіцьабгрунтаваныявысновы;

-уменнеарыентавацца ў тэорыях, канцэпцыях і кірункахсучаснага мастацтвазнаўства,давацьімкрытычнуюадзнаку,

-не вельмі высокіўзровень асэнсавання праблеммастацтвазнаўства і Арт-мэнэджменту.

**6 балаў - ДОБРА:**

-досыцьпоўныя і сістэматызаваныя веды ў аб'ёменавучальнайпраграмы;

-выкарыстанненеабходнайнавуковайтэрміналогіі, лагічнаправільныадказ на пытанні, уменнерабіцьабгрунтаваныявысновы;

-здольнасцьсамастойнаўжывацьтыповыя рашэнні ў рамкахвучэбнай праграмы;

-не благіўзровень асэнсавання праблеммастацтвазнаўства і Арт-мэнэджменту.

**5 балаў - АМАЛЬ ДОБРА:**

-дастатковыя веды ў аб'ёменавучальнайпраграмы;

-выкарыстанненавуковайтэрміналогіі, стылістычнаі, лагічнаправільныадказ на пытанні, уменнерабіцьвысновы;

-здольнасцьсамастойнаўжывацьтыповыя рашэнні ў рамкахвучэбнай праграмы;

-не высокіўзровень асэнсавання праблеммастацтвазнаўства і Арт-мэнэджменту.

**4 бала - ЗДАВАЛЬНЯЮЧА, ЗАЛІЧАНА:**

-дастатковыаб'ёмведаўу рамках адукацыйнага стандарту;

-засваеннеасноўнайлітаратуры, рэкамендаванайнавучальнайпраграмай;

-выкарыстанненавуковайтэрміналогіі, лагічныадказ на пытанні, уменнерабіцьвысновы без істотныхпамылак;

-уменневырашацьстандартныя (тыповыя) задачы;

-уменнепадкіраўніцтвамвыкладчыкаразважаць аб праблемахмастацтвазнаўства і Арт-мэнэджменту.

**3 бала - НЕЗДАВАЛЬНЯЮЧА, НЕЗАЛІЧАНА:**

-недастатковапоўныаб'ёмведаў у рамкахадукацыйнагастандарта;

-веды часткіасноўнайлітаратуры, рэкамендаванайнавучальнайпраграмай;

-адказ на пытанні з істотнымілінгвістычнымі і лагічныміпамылкамі;

-слабоевалоданнеінструментаромнавучальнайдысцыпліны, некампетэнтнасць у рашэнні стандартных (тыповых) задач;

-неуменне рабіць лагічныя высновы аб праблемахмастацтвазнаўства і Арт-мэнэджменту.

**2 бала - НЕЗДАВАЛЬНЯЮЧА:**

-фрагментарныя веды ў рамкахадукацыйнага стандарту;

-веды асобныхлітаратурныхкрыніц, рэкамендаваныхнавучальнайпраграмай;

-няўменневыкарыстоўвацьнавуковуютэрміналогіюдысцыпліны, наяўнасць у адказегрубыхстылістычных і лагічныхпамылак;

-слабоевалоданнеінструментаромнавучальнайдысцыпліны, некампетэнтнасць у рашэнні стандартных (тыповых) задач;

-пасіўнасцьінізкіўзровень разважанняў аб праблемахмастацтвазнаўства і Арт-мэнэджменту.

.

**1 бал - НЕЗДАВАЛЬНЯЮЧА:**

-адсутнасцьведаў і кампетэнцый у рамкахадукацыйнагастандарта ціадмова ад адказу.

**Спіс рэкамендаванай літаратуры:**

1. Арт-менеджмент [Текст]: учебник /М.В. Е.Ф. Командышко. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017.
2. Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности в сфере искусства и культуры: Учебное пособие / Н.И. Аксютик, Е.А.Макарова (ред.); Белорус.гос.ун-ткультуры и искусств. – Минск, 2008. – 147 с.
3. Арт-менеджмент: учебное пособие / Титов А.Б., Платонов М.Ю., Платонова Ю.Ю., Кучеров Д.Г. Санкт-Петербург: СПбГИПСР, 2016 г., 227 с.
4. Бахова, Н.А. Конспект лекций по дисциплине «Арт-менеджмент» / Н.А. Бахова. – Красноярск: Гуманитарный институт Сибирского федерального университета, 2010. – 75 с.
5. Друкер, Питер Ф. Энциклопедия менеджмента / Питер Ф. Друкер; Пер. с англ.– М.: ООО «И.Д.Вильямс», 2006. – 432 с.
6. Жданова, Е.И. Основы арт-менеджмента: учебное пособие / Е.И. Жданова. –М.: МГУКИ, 2008. – 116 с.
7. Киселева О. И. Арт-менеджмент: Учебно-методическое пособие Саратов: Вузовское образование, 2015
8. Кузнецова, И.В. Арт-менеджмент: учебное пособие для студентов отделений очного и заочного обучения, специальность 07.14.01 «Социально-культурная деятельность» /И.В.Кузнецова. – Тюмень: РИЦ ТГАКИ, 2009. – 167 с.
9. Культура и рынок: современные тенденции//Коллективная монография под научной редакцией проф. Хангельдиевой И.Г.: Классика -XXI Москва, 2009, 224 с.
10. Макарова, Е. А. Теория и технологии арт-менеджмента: науч.-метод. пособие / Е. А. Макарова. — Минск : ГУО «Институт культуры Беларуси», 2013. — 131 c.
11. Маркетинг культуры и искусства / Франсуа Колбер [и др.] ; [пер. с англ. Л.Г. Мочаловой; науч. ред. Е.А. Минина ; худож. П.М. Левшина]. - 2-е изд. - СПб. : АртПресс, 2004. - 255 с.
12. Марков, А.П. Проектирование маркетинговых коммуникаций. Проектирование маркетинговых коммуникаций: Рекламные технологии. Связи с общественностью. Спонсорская деятельность [Текст] / А.П. Марков. - СПб.: СПбГУП, 2005.-400 с .
13. Медвецкий, А. В. Портретная живопись Беларуси : монография / А. В. Медвецкий, С. В. Медвецкий. – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2017. – 336 с.: ил.
14. 1. Медвецкий, А.В., Медвецкий, С.В. Дорогой поиска. Витебская художественная школа : монография / А.В. Медвецкий, С.В. Медвецкий. – Витебск: ВГУ имени П.М. Машерова, 2022. – 384 с. : ил.
15. Новикова, Г.Н. Технологии арт-менеджмента: учеб. пособие / Г.Н. Новикова.-М.:Издательский Дом МГУКИ, 2006. – 178 с.
16. Переверзев, М.П. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учеб.пособие / М.П. Переверзев, Т.В. Косцов. - М. : ИНФРА-М, 2010. – 189 с.
17. Пригожин, И.И. Политика – вершина шоу-бизнеса / И.И. Пригожин. – М.: ООО«Алкигамма», 2001. – 320 с.: ил.
18. Суминова, Т.Н. Информационные ресурсы художественной культуры (артосферы) / Т.Н. Суминова. – М.: Академический Проект, 2006. – 480 с.
19. Суминова, Т.Н. Художественная культура как информационная система (мировоззренческие и теоретико-методологические основания) / Т.Н. Суминова. – М.:Академический Проект, 2006. – 383 с.
20. Титов, В. Н. Теория и история менеджмента : учебник и практикум для вузов / В. Н. Титов, Г. Н. Суханова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 487 с.
21. Тульчинский Г. Л. Привлечение и аккумулирование финансовых средств. Фандрейзинг в сфере культуры. СПб.: ГУКИ, 2006. - 108 с. 22.Чижиков, В.М., Чижиков, В.В. Теория и практика социокультурного менеджмента: Учебник. М.: МГУКИ, 2008. - 608 с.
22. Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Менеджмент в сфере культуры. Уч. пособие. СПБ-М-Краснодар. Лань. 2009. - 544с. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учеб.пособие / Г. Л. Тульчинский ; Высш. шк. экономики, Нац. исследоват. ун-т. - СПб. [и др.] : Лань [и др.], [2011]. - 571, [1] с.
23. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры [Текст] : учебное пособие/ Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина. - СПб.; М.;Краснодар: Планета музыки, Лань, 2010. - 381 с.
24. Тульчинский, Г.Л. Маркетинг в сфере культуры [Текст]: учебное пособие /Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. - СПб [и др.] : Лань, Планета музыки, 2009. - 495 с.
25. Чижиков, В.М. Теория и практика социокультурного менеджмента: учебник /В.В. Чижиков и В.М. Чижиков. – М.: МГУКИ, 2008. – 608 с.
26. Экономические основы арт-менеджмента : курс лекций / сост. Л.Ф. Трацевская. – Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2021. – 79 с