

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг и медиапродвижение галерей

<i>Направление подготовки</i>	Искусства и гуманитарные науки
<i>Код</i>	50.04.01
<i>Направленность (профиль)</i>	Галерея как платформа кураторских стратегий и работы с коллекциями
<i>Квалификация выпускника</i>	магистр

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Универсальные	Разработка и реализация проектов	УК-2
Профессиональные	-	ПК-5

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели проекта, исходя из действующих правовых норм. УК-2.2 Определяет ресурсное обеспечение для достижения поставленной цели. УК-2.3 Оценивает вероятные риски и ограничения в решении поставленных задач проекта. УК-2.4 Определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач. УК-2.5 Владеет навыками работы оформления документации, публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта или проекта в целом
ПК-5	Способен разрабатывать и реализовывать концепцию выставочного проекта	ПК-5.1. Находит и развивает связи с представителями арт-сообщества, включая галеристов, кураторов, художников и других профессионалов. ПК-5.2. Эффективно вести переговоры, достигать взаимовыгодных соглашений и решать возникающие конфликты. ПК-5.3. Формировать и поддерживать профессиональные сети, участвовать в выставках, конференциях и других мероприятиях. ПК-5.4. Организовывать и реализовывать совместные проекты с партнерами, включая выставки, мастер-классы и образовательные программы. ПК-5.5. Оформлять партнерские соглашения, контракты и другие документы, регулирующие сотрудничество. ПК-5.6. Оценивать эффективность партнерских и экономических отношений и вносить коррективы для их улучшения.

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	УК-2		
	- основы проектной деятельности; -вероятные риски в создании и реализации проекта; -работу оформления документации проекта;	- определять совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели проекта; - определять ресурсное обеспечение для достижения поставленной цели; - оценивать вероятные риски и ограничения в решении поставленных задач проекта и определять ожидаемые результаты решения; -оформлять документацию, публично представлять результаты решения конкретной задачи проекта.	-навыками определения совокупности взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели проекта. - способностью оценивать вероятные риски и ограничения в решении поставленных задач проекта. - навыками работы оформления документации.
Код компетенции	ПК-5		
	-основы ведения переговоров; -основы ивент-менеджмента (выставочной деятельности и др.мероприятий); -основы проектной деятельности в целях организации совместных проектов	- находить и развивать связи с представителями арт-сообщества; - эффективно вести переговоры, достигать взаимовыгодных соглашений; - формировать и поддерживать	- навыками межличностного взаимодействия в профессиональной среде; -способностью эффективно вести переговоры и достигать взаимовыгодных соглашений

	с партнерами; -правовые основы оформления партнерских отношений в сфере арт-бизнеса;	профессиональные сети, участвовать в профессиональных мероприятиях; - организовывать и реализовывать совместные проекты с партнерами в сфере арт-бизнеса; -оформлять партнерские соглашения, контракты и другие документы; -оценивать эффективность партнерских и экономических отношений	-возможностью участвовать в выставках, конференциях и других мероприятиях. -навыками организации и реализации проектов в сфере арт-бизнеса; - навыками оформления юридических документов в профессиональной сфере; -способностью оценки экономической эффективности деятельности
--	---	--	---

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Экономика арт-рынка» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана ОПОП.

Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как: «Правовое регулирование галерейного/ музейного дела», «Международные выставочные проекты», «Экономика арт-рынка», «Управление проектами галереи», «Стратегии партнерства галереи с культурными институциями и бизнесом».

В рамках освоения программы магистратуры выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: экспертно-аналитический, культурно-просветительский, организационно-управленческий, научно-исследовательский.

Профиль (направленность) программы установлена путем ее ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Галерея как платформа кураторских стратегий и работы с коллекциями.

5. Объем дисциплины

<i>Виды учебной работы</i>		<i>Формы обучения</i>
		<i>Очная</i>
Общая трудоёмкость: зачётные единицы/часы		4/144
Контактная работа:		
Занятия лекционного типа		12
Занятия семинарского типа		12
Промежуточная аттестация: зачет		0,1
Самостоятельная работа (СРС)		119,9

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самос тоя- тельна я работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учебные занятия	Практич еские занятия	Семи- нары	Лабор аторн ые раб.	Иные заняти я	
1.	Маркетинг. Система управления маркетингом в социокультурной сфере.	1		1				12
2.	Маркетинговая среда организаций сферы культуры.	1		1				12
3.	Система маркетинговых исследований.	1		1				12
4.	Сегментирование рынка в сфере культуры	1		1				12
5.	Продуктовая политика организаций сферы культуры.	1		1				12
6.	Ценовая политика организаций сферы культуры.	1		1				12
7.	Сбытовая политика организаций в сфере культуры и искусства.	2		2				12
8.	Организация, планирование и контроль маркетинговой деятельности организаций культуры и искусства	2		2				12
9.	Коммуникационная политика организаций культуры. Медиапродвижение галерей.	2		2				23,9
	Промежуточная аттестация	0,1						
	Всего	12		12				119,9

6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание раздела
1.	Маркетинг. Система управления маркетингом в социокультурной сфере.	Сущность маркетинга и его роль в экономике. Состояния спроса и задачи маркетинга. Концепции управления маркетингом. Цели и задачи маркетинга. Особенности маркетинга в российской экономике. Постановка задачи. Анализ рыночных возможностей. Отбор целевых рынков. Разработка комплекса маркетинга. Претворение в жизнь маркетинговых мероприятий. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Концепция системы маркетинговой информации. Система внутренней отчетности. Система сбора внешней текущей маркетинговой информации. Система маркетинговых исследований. Система анализа маркетинговой информации.
2.	Маркетинговая среда организаций сферы культуры.	Маркетинговая модель. Традиционная маркетинговая модель. Маркетинговая модель для культуры и искусства. Маркетинг и организации культуры. Составляющие маркетинговой модели: рынок, среда, МИС - маркетинговая информационная система, маркетинговый комплекс, компания и ее маркетинговый менеджмент, взаимозависимость элементов. Маркетинг коммерческих и некоммерческих организаций культуры. Продукт маркетинга в области культуры и искусства. Понятие продукта. Культурный продукт: сложный продукт. Продуктовые линии и ряды. Брэнд. Жизненный цикл продукта: понятие жизненного цикла, процесс освоения продукта, четыре стадии жизненного цикла продукта. Разработка новых продуктов.
3.	Система маркетинговых исследований.	Концепция системы маркетинговой информации. Система внутренней отчетности. Система сбора внешней текущей маркетинговой информации. Система маркетинговых исследований. Потребительский рынок. Дистрибьюторский рынок. Государство как рынок. Спонсорство, маркетинг "по случаю" и донорский рынок. Рыночный спрос: определение, рыночная доля, состояние спроса, эволюция спроса на рынке досуга. Рынок и конкуренция: обзор конкуренции, воздействие глобализации на конкуренцию, индустриальная раздробленность, принцип конкурентного преимущества. Рынок и переменные макросреды: демографическая среда, культурная среда, экономическая среда, политико-правовая среда, технологическая среда.
4.	Сегментирование рынка в сфере культуры	Функции сегментации. Исследования рынка и сегментация. Определение сегментов: изменения в отклике на воздействие маркетинга от одного сегмента

		к другому, описание сегмента, количественное измерение сегментов, прибыльность сегментов, стабильность сегмента во времени. Технические приемы сегментации. Функциональные профили сегмента. Позиционирование в маркетинге: позиционирование по сегменту, конкурирующее позиционирование.
5.	Продуктовая политика организаций сферы культуры.	Особенности рынка предприятий. Рынок товаров промышленного назначения. Рынок промежуточных продавцов. Рынок государственных учреждений. Определение товара и его характеристики. Основные виды классификации товаров. Психологические модели. Жизненный цикл товара.
6.	Ценовая политика организаций сферы культуры.	Роль цены в теории и практике конкуренции. Ценообразование, ориентированное на затраты. Ценообразование, ориентированное на потребителей. Основная проблема калькуляционного выравнивания. Задачи и политика ценообразования в сфере культуры
7.	Сбытовая политика организаций в сфере культуры и искусства.	Задачи распределения. Выбор мест деятельности. Каналы распределения. Оптовая торговля. Розничная торговля. Продажа культурной продукции: магазин, аукцион.
8.	Организация, планирование и контроль маркетинговой деятельности организаций культуры и искусства	Задачи распределения. Выбор мест деятельности. Каналы распределения. Оптовая торговля. Розничная торговля. Установление цены: корпоративные партнеры, намеченные задачи, используемый метод. Расчет расходов и прибыльности. Государственные и спонсорские финансовые вложения. Понятие эластичности.
9.	Коммуникационная политика организаций культуры. Медиапродвижение галерей.	Комплекс маркетинговых коммуникаций (комплекс стимулирования). Этапы разработки эффективной коммуникации. Разработка комплексного бюджета стимулирования и отбора элементов комплекса стимулирования. Факторы, определяющие структуру комплекса стимулирования. Медиапродвижение галерей. Формирование репутации и имиджа. Продвижение конкретных проектов. Социальные сети: визуальный сторителлинг, анонсы, истории о художниках, онлайн-экскурсии. PR: рассылка пресс-релизов, организация превью для СМИ и блогеров, публикации в специализированных изданиях (The Art Newspaper, Arterritory) и светской хронике. Контент-маркетинг: статьи, интервью с художниками,

		email-рассылки для подписчиков. Управление аудиторией и продажами.
--	--	---

6.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Маркетинг. Система управления маркетингом в социокультурной сфере.	Разработка комплекса маркетинга. Концепция системы маркетинговой информации. Система внутренней отчетности. Система сбора внешней текущей маркетинговой информации.
2.	Маркетинговая среда организаций сферы культуры.	Маркетинговая модель. Маркетинг коммерческих и некоммерческих организаций культуры. Продукт маркетинга в области культуры и искусства. Понятие продукта. Культурный продукт: сложный продукт. Продуктовые линии и ряды. Брэнд. Жизненный цикл продукта: понятие жизненного цикла, процесс освоения продукта, четыре стадии жизненного цикла продукта. Разработка новых продуктов.
3.	Система маркетинговых исследований.	Система маркетинговых исследований. Потребительский рынок. Дистрибьюторский рынок. Государство как рынок. Спонсорство, маркетинг "по случаю" и донорский рынок. Рыночный спрос: определение, рыночная доля, состояние спроса, эволюция спроса на рынке досуга.
4.	Сегментирование рынка в сфере культуры	Функции сегментации. Исследования рынка и сегментация. Определение сегментов. Позиционирование в маркетинге: позиционирование по сегменту, конкурирующее позиционирование.
5.	Продуктовая политика организаций сферы культуры.	Особенности арт-рынка. Продукт художественных музеев и галерей. Определение товара и его характеристики. Основные виды классификации товаров. Психологические модели. Жизненный цикл культурного продукта. Формирование и продвижение продукта арт-бизнеса.
6.	Ценовая политика организаций сферы культуры.	Роль цены в теории и практике конкуренции. Ценообразование, ориентированное на затраты. Ценообразование, ориентированное на потребителей. Основная проблема калькуляционного выравнивания. Задачи и политика ценообразования в сфере культуры
7.	Сбытовая политика организаций в сфере культуры и искусства.	Задачи распределения. Выбор мест деятельности. Каналы распределения. Оптовая торговля. Розничная торговля. Продажа культурной и арт-продукции продукции: магазин, галерея, аукцион.
8.	Организация, планирование и контроль маркетинговой деятельности организаций	Задачи распределения. Расчет расходов и прибыльности. Государственные и спонсорские финансовые вложения. Понятие эластичности. Фанрайзинг в культурной деятельности, арт-продукт:

	культуры и искусства	создание для дохода и не только.
9.	Коммуникационная политика организаций культуры. Медиапродвижение галерей.	Медиапродвижение галерей. Формирование репутации и имиджа. Продвижение конкретных проектов. Социальные сети: визуальный сторителлинг, анонсы, истории о художниках, онлайн-экскурсии. PR: рассылка пресс-релизов, организация превью для СМИ и блогеров, публикации в специализированных изданиях (The Art Newspaper, Arterritory) и светской хронике. Контент-маркетинг: статьи, интервью с художниками, email-рассылки для подписчиков. Управление аудиторией и продажами.

6.2.3. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Маркетинг. Система управления маркетингом в социокультурной сфере.	Концепция системы маркетинговой информации. Система сбора внешней текущей маркетинговой информации.
2.	Маркетинговая среда организаций сферы культуры.	Маркетинговая модель. Маркетинг коммерческих и некоммерческих организаций культуры. Продукт маркетинга в области культуры и искусства. Брэнд.
3.	Система маркетинговых исследований.	Система маркетинговых исследований.
4.	Сегментирование рынка в сфере культуры	Исследования рынка и сегментация. Определение сегментов. Позиционирование в маркетинге: позиционирование по сегменту, конкурирующее позиционирование.
5.	Продуктовая политика организаций сферы культуры.	Особенности арт-рынка. Продукт художественных музеев и галерей. Формирование и продвижение продукта арт-бизнеса.
6.	Ценовая политика организаций сферы культуры.	Задачи и политика ценообразования в сфере арт-бизнеса и культуры
7.	Сбытовая политика организаций в сфере культуры и искусства.	Продажа культурной и арт-продукции продукции: магазин, галерея, аукцион.
8.	Организация, планирование и контроль маркетинговой деятельности организаций культуры и искусства	Фанрайзинг в культурной деятельности, арт-продукт: создание для дохода и не только.
9.	Коммуникационная политика организаций культуры.	Медиапродвижение галерей. Формирование репутации и имиджа. Продвижение конкретных проектов. Социальные сети: визуальный сторителлинг,

	Медиапродвижение галерей.	анонсы, истории о художниках, онлайн-экскурсии. PR: рассылка пресс-релизов, организация превью для СМИ и блогеров, публикации в специализированных изданиях (The Art Newspaper, Arterritory) и светской хронике. Контент-маркетинг: статьи, интервью с художниками, email-рассылки для подписчиков.
--	---------------------------	--

7. Текущий контроль по дисциплине (модулю) в рамках учебных занятий

В рамках текущего контроля преподаватель самостоятельно может проводить следующие мероприятия

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Маркетинг. Система управления маркетингом в социокультурной сфере.	Практические задания
2.	Маркетинговая среда организаций сферы культуры.	Практические задания
3.	Система маркетинговых исследований.	Практические задания
4.	Сегментирование рынка в сфере культуры	Практические задания
5.	Продуктовая политика организаций сферы культуры.	Практические задания
6.	Ценовая политика организаций сферы культуры.	Практические задания
7.	Сбытовая политика организаций в сфере культуры и искусства.	Практические задания
8.	Организация, планирование и контроль маркетинговой деятельности организаций культуры и искусства	Практические задания
9.	Коммуникационная политика организаций культуры. Медиапродвижение галерей.	Практические задания

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1. Основная учебная литература:

1. Чигиринова М.В., Титова М.Н., Любименко А.И. Менеджмент в индустрии моды и арт-объектов. Учебное пособие. Издательство: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна. 2020. URL: <https://www.iprbookshop.ru/103958.html>
2. Сибрук, Д. Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры / Д. Сибрук ; перевод В. Козлов ; под редакцией А. Шестакова. — 5-е изд. — Москва : Ад Маргинем Пресс, 2024. — 240 с. — ISBN 978-5-91103-765-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/151426.html>

8.2. Дополнительная учебная литература:

1. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Н. Бердышев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2010. — 178 с. URL: <http://www.iprbookshop.ru/851.html>.
2. Заболотская Е.А. Современные модели информационного потребления в сфере моды. Издательство: Издательство «Перо». Сонография. 2022. URL:<https://www.iprbookshop.ru/137697.html>
3. Кульназарова А.В. Умное продвижение: цифровые технологии в рекламе и PR. Издательство: Ай Пи Ар Медиа, EDP Hub (Идипи Хаб).2024. URL: <https://www.iprbookshop.ru/133457.html>
4. Тульчинский, Г.Л. Маркетинг в сфере культуры: Учебное пособие. [Электронный ресурс] / Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. — Электрон. дан. — СПб. : Лань, Планета музыки, 2009. — 496 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/1931>
5. Шекова, Е.Л. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. Практикум. [Электронный ресурс] / Е.Л. Шекова, Г.Л. Тульчинский, В.Н. Евланов, Э.В. Новаторов. — Электрон. дан. — СПб. : Лань, Планета музыки, 2012. — 160 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/3820>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее – сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <https://www.artmanager.ru/journal>
2. <https://artmusemagazine.com/>
3. <https://artflashmagazine.ru/>
4. <https://b-mag.ru/category/art/>
5. <https://businessart.pro/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;

внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;

выполнение самостоятельных практических работ;

подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному

запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.

Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.

Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Терминальный сервер, предоставляющий к нему доступ клиентам на базе Windows Server 2016;

2. Семейство ОС Microsoft Windows;

3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;

4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);

5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ)

Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; доска (маркерная), комплект мебели для преподавателя.

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, VLC Media Player.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; доска (маркерная), комплект мебели для преподавателя.

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, Notepad++. Pinta, Gimp, AnyLogic, Inkscape, OpenShot. FreeCAD, LibreCAD, Jamovi, Visual Studio, Unity.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

13.Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины.

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: («мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.) используются следующие:

- диспут
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач
- ролевая игра;
- круглый стол;
- мини-конференция

- дискуссия
- беседа.

13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Маркетинг и медиапродвижение галерей

<i>Направление подготовки</i>	Искусства и гуманитарные науки
<i>Код</i>	50.04.01
<i>Направленность (профиль)</i>	Галерея как платформа кураторских стратегий и работы с коллекциями
<i>Квалификация выпускника</i>	магистр

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Универсальные	Разработка и реализация проектов	УК-2
Профессиональные	-	ПК-5

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели проекта, исходя из действующих правовых норм. УК-2.2 Определяет ресурсное обеспечение для достижения поставленной цели. УК-2.3 Оценивает вероятные риски и ограничения в решении поставленных задач проекта. УК-2.4 Определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач. УК-2.5 Владеет навыками работы оформления документации, публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта или проекта в целом
ПК-5	Способен разрабатывать и реализовывать концепцию выставочного проекта	ПК-5.1. Находит и развивает связи с представителями арт-сообщества, включая галеристов, кураторов, художников и других профессионалов. ПК-5.2. Эффективно вести переговоры, достигать взаимовыгодных соглашений и решать возникающие конфликты. ПК-5.3. Формировать и поддерживать профессиональные сети, участвовать в выставках, конференциях и других мероприятиях. ПК-5.4. Организовывать и реализовывать совместные проекты с партнерами, включая выставки, мастер-классы и образовательные программы. ПК-5.5. Оформлять партнерские соглашения, контракты и другие документы, регулирующие сотрудничество. ПК-5.6. Оценивать эффективность партнерских и экономических отношений и вносить коррективы для их улучшения.

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	УК-2		
	- основы проектной деятельности; -вероятные риски в создании и реализации проекта; -работу оформления документации проекта;	- определять совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели проекта; - определять ресурсное обеспечение для достижения поставленной цели; - оценивать вероятные риски и ограничения в решении поставленных задач проекта и определять ожидаемые результаты решения; -оформлять документацию, публично представлять результаты решения конкретной задачи проекта.	-навыками определения совокупности взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели проекта. - способностью оценивать вероятные риски и ограничения в решении поставленных задач проекта. - навыками работы оформления документации.
Код компетенции	ПК-5		
	-основы ведения переговоров; -основы ивент-менеджмента (выставочной деятельности и др.мероприятий); -основы проектной деятельности в целях организации совместных проектов	- находить и развивать связи с представителями арт-сообщества; - эффективно вести переговоры, достигать взаимовыгодных соглашений; - формировать и поддерживать	- навыками межличностного взаимодействия в профессиональной среде; -способностью эффективно вести переговоры и достигать взаимовыгодных соглашений

	с партнерами; -правовые основы оформления партнерских отношений в сфере арт-бизнеса;	профессиональные сети, участвовать в профессиональных мероприятиях; - организовывать и реализовывать совместные проекты с партнерами в сфере арт-бизнеса; -оформлять партнерские соглашения, контракты и другие документы; -оценивать эффективность партнерских и экономических отношений	-возможностью участвовать в выставках, конференциях и других мероприятиях. -навыками организации и реализации проектов в сфере арт-бизнеса; - навыками оформления юридических документов в профессиональной сфере; -способностью оценки экономической эффективности деятельности
--	---	--	---

3.2. Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО/ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.

ХОРОШО/ ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связи теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/ ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связи теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/ НЕ ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым «удовлетворительно».

При ответе на вопросы в рамках прохождения промежуточной аттестации (зачет/зачет с оценкой/ экзамен) допускается вольная формулировка ответа, по смыслу раскрывающая содержание ответа, указанного в фонде оценочных средств, в качестве верного ответа.

4. Типовые контрольные задания (закрытого, открытого и иного типа) для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине

УК-2

Задание 1. Анализ и Стратегия (Аудит и Целеполагание). «Аудит цифрового присутствия галереи».

Выберите одну реальную галерею (локальную или международную). Проведите комплексный аудит ее медиа-присутствия.

Что анализировать:

Визуальный стиль: Консистентность. Качество фотографий, описаний.

Контент-стратегия: Соотношение образовательного (посты о художниках, техниках), развлекательного (сторис с вернисажа), промо (продажа) и социального (благотворительность) контента.

Взаимодействие с аудиторией: Частота ответов на комментарии, активность в stories, работа с хештегами.

Сайт: Удобство навигации, наличие актуальных CV художников, прейскурантов (или запроса через форму), виртуальных туров.

Итог: Отчет с SWOT-анализом цифрового образа галереи и 3 конкретными рекомендациями по улучшению.

Задание 2. «Определение целевой аудитории и позиционирование».

Для новой галереи (условное название и специализация даны — напр., «Галерея X», фокус на digital art и молодых медиахудожниках) создайте портреты 2-3 ключевых сегментов целевой аудитории.

Что описать: Демография, психография (ценности, стиль жизни), каналы получения информации, мотивы покупки искусства (инвестиция, интерьер, поддержка локальных авторов, статус), «боли» и страхи (не разбирается, боится переплатить).

Задание 3. Контент и Практические инструменты. «Создание контент-плана на месяц»

Дана грядущая выставка «Текстуры памяти» художника (...). Составьте детальный контент-план для аккаунта галереи на период за 2 недели до открытия 2 недели после.

Что включить: Типы постов (карусель, видео, Reels), темы (анонс, интервью-цитата с художником, деталь работы, процесс в мастерской, история вдохновения, онлайн-экскурсия от куратора, отзыв первого посетителя), тайминг, призывы к действию (зарегистрироваться на вернисаж, подписаться, запросить цену).

Задание 4. «Написание пресс-релиза».

Напишите пресс-релиз для анонса выставки из задания №3. Объем: 1 страница А4.

Требования: Яркий информативный заголовок, лид-абзац (кто, что, когда, где, почему), цитата галериста/куратора, биография художника (коротко), техническая информация (даты, адрес, контакты для аккредитации). Приложите условный мудборд из 3-5 фотографий высокого качества для прессы.

Задание 5. «Сценарий онлайн-трансляции (Art Talk)».

Разработайте сценарий 45-минутной прямой трансляции (Vkvideo/RuTube) в рамках выставки.

Элементы: Приветствие галериста, интервью с художником (вопросы о концепции, технике), вопросы от зрителей в чате, виртуальный тур по выставке с куратором, анонс будущих проектов.

ПК-5

Задание 1. «Стратегия продвижения и PR»

План продвижения для разных типов выставок»

Сравните и составьте два разных плана продвижения:

А. Для коммерческой выставки модного поп-арт художника, цель — максимум продаж.

Б. Для некоммерческой исследовательской выставки архивных фото, цель — привлечение внимания критиков и музеев, укрепление репутации.

Что сравнить: Бюджет, ключевые каналы (соцсети, специализированные СМИ), форматы событий (большой открытый вернисаж, закрытый ужин для экспертов), KPI (количество продаж, количество публикаций в профильных изданиях).

Задание 2. «Кризисный кейс в социальных сетях»

В Контакте (или на сайте) в аккаунте галереи под постом с новой дорогой работой разгорелся скандал: известный арт-блогер обвинил художника в плагиате, комментарии заполнены гневными сообщениями. Опишите пошаговый план действий галереи на первые 24 часа.

Что предусмотреть: Реакцию команды (кто отвечает), формат ответа (публичный комментарий, личное сообщение, отдельный пост), коммуникацию с художником, работу с негативом.

Задание 3. Комплексные и игровые проекты

«Питчинг для арт-ярмарки»

Вы — галерист. Подготовьте презентацию (питч) для отбора на крупную арт-ярмарку (например, Cosmoscw). У вас 10 слайдов и 5 минут условного времени.

Задание 4. «Ролевая игра «Закрытая продажа»

Студенты делятся на роли: Галерист (должен презентовать работу и закрыть сделку), Коллекционер-новичок (интересуется, но сомневается), Арт-консультант коллекционера (задает профессиональные вопросы о провенансе, потенциале художника).

Ситуация: приватный показ в галерее до официального открытия выставки.

Задание 5. «Комплексный маркетинговый план «Старт галереи»

Разработайте полный маркетинговый план на первый год для новой галереи.

Разделы плана:

1. Анализ рынка и конкурентов.
2. Позиционирование и УТП.
3. Целевая аудитория (сегменты).
4. Календарь выставочных проектов на год.
5. Коммуникационная стратегия: для каждого проекта — каналы, ключевые сообщения, KPI.
6. Контент-стратегия для соцсетей и сайта.
7. План по работе со СМИ и блогерами.
8. Бюджет на маркетинг и продвижение.
9. Инструменты оценки эффективности (как поймем, что план работает?).

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Специфика формирования компетенций и их измерение определяется структурированием информации о состоянии уровня подготовки обучающихся.

Алгоритмы отбора и конструирования заданий для оценки достижений в предметной области, техника конструирования заданий, способы организации и проведения стандартизированных оценочных процедур, методика шкалирования и методы обработки и интерпретации результатов оценивания позволяют обучающимся освоить компетентностно-ориентированные программы дисциплин.

Формирование компетенций осуществляется в ходе всех видов занятий, практики, а контроль их сформированности на этапе текущей, промежуточной и итоговой аттестации.

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств:

- опросы: устный, письменный;
- задания для практических занятий;
- ситуационные задания;
- контрольные работы;
- коллоквиумы;
- написание реферата;
- написание эссе;
- решение тестовых заданий;
- экзамен.

Опросы по вынесенным на обсуждение темам

Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении аттестации в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения заданий. Вопросы опроса не должны выходить за рамки

объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

Письменные опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, дабы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время.

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения аттестации, когда необходимо проверить знания обучающихся по всему курсу.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений.

Решение заданий (кейс-методы)

Решение кейс-методов осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) обучающегося по применению содержания основных понятий и терминов дисциплины вообще и каждой её темы в частности.

Обучающемуся объявляется условие задания, решение которого он излагает либо устно, либо письменно.

Эффективным интерактивным способом решения задания является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременно разбором результатов во время практических занятий. В данном случае решение ситуационных задач с глубоким обоснованием должно представляться на проверку в письменном виде.

При оценке решения заданий анализируется понимание обучающимся конкретной ситуации, правильность её понимания в соответствии с изучаемым материалом, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки рассматриваемого вопроса, умением выявить основные положения затронутого вопроса.

Решение заданий в тестовой форме

Проводится тестирование в течение изучения дисциплины

Не менее чем за 1 неделю до тестирования, преподаватель должен определить обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками, и иными материалами не разрешено.