

Рабочая программа дисциплины

Современный арт-рынок

<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
Профессиональные	-	ПК-2

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-2	Способен анализировать рынок арт-услуг и целевую аудиторию	ПК-2.1. Способен проводить исследование текущего состояния современного рынка арт-услуг, выявлять тенденции и прогнозировать его развитие. ПК-2.2. Определяет целевую аудиторию и её потребности, предпочтения и поведение. ПК-2.3. Анализирует конкурентов, их предложения и стратегии, чтобы выработать эффективные подходы. ПК-2.4. Разрабатывает маркетинговые стратегии. Создает и реализует планы продвижения арт-услуг с учётом анализа современного рынка и аудитории. ПК-2.5. Отслеживает изменения на рынке и корректировать стратегии в соответствии с новыми условиями.

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	ПК-2		
	текущее состояние современного рынка арт-услуг; целевую аудиторию и её потребности, предпочтения и поведение; конкурентов; маркетинговые	проводить исследование текущего состояния современного рынка арт-услуг, выявлять тенденции и прогнозировать его развитие; отслеживать	глобальными и стратегиями роста, базовыми, конкурентными, видами маркетинговых стратегий в экспозиционно-выставочной

	стратегии экспозиционно-выставочной деятельности	в	изменения на рынке арт-услуг и корректировать стратегии в соответствии с новыми условиями. анализировать конкурентов, их предложения и стратегии, чтобы выработать эффективные подходы к экспозиционно-выставочной деятельности.	деятельности; приемами создавать и реализовывать планы продвижения арт-услуг с учётом анализа современного рынка и аудитории; приемами анализа рыночных колебаний и адаптируя тактику, учитывая возникающие обстоятельства.
--	--	---	--	---

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современный арт-рынок» относится к дисциплинам по выбору учебного плана ОПОП.

Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как: «Современные технологии в искусстве» «Теория и история кураторства», «Галерейное дело и менеджмент», «Формирование и хранение коллекций», «Экспозиционно-выставочная деятельность», «Перформативные практики».

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 с оценкой	0,15
Самостоятельная работа (СРС)		119,85

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

		Виды учебной работы (в часах)
--	--	--------------------------------------

№ п/п	Раздел/тема	Контактная работа						Самос тоя- тельна я работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учебные занятия	Практиче ские занятия	Семи- нары	Лабора торные раб.	Иные занятия	
1.	Введение в дисциплину. Понятие арт-рынок. Функции, специфика, общие особенности.	2			2			19,85
2.	Основные этапы формирования и развития мирового, российского и регионального арт-рынка	2			2			20
3.	Типы и структура арт-рынка	2			2			20
4.	Информационная функция арт-рынка				2			20
5.	Посредническая, ценообразующая и регулирующие функции артрынка	2			2			20
6.	Нормативная и законодательная основа функционирования арт-рынка	2			2			20
Промежуточная аттестация		0,15						
Всего		12			12			119,85

6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание раздела
1.	Введение в дисциплину. Понятие арт-рынок. Функции, специфика, общие особенности.	Основные цели, задачи и структура курса. Арт-рынок в узком и широком смысле. Арт-рынок как экономическая категория. Арт-рынок как регулятор взаимоотношения художника и публики. Функции арт-рынка. Информационная функция. Посредническая функция. Ценообразующая функция. Стимулирующая функция. Регулирующая функция.
2.	Основные этапы формирования и развития мирового, российского и регионального арт-рынка	Специфика до институционального этапа развития артрынка: зарубежный и российский опыт. Зарождение оформленного арт-рынка в Западной Европе и в России XIX веке. Роль выставок, салонов, галерей, художественных объединений. Художественная критика в контексте зарождающегося арт-рынка.

		Феномен меценатства и его роль в развитии художественного рынка. Выдающиеся меценаты. Основные особенности развития арт-рынка в первой половине XX века. Общие черты современного арт-рынка – зарубежный и отечественный опыт: общее и различное.
3.	Типы и структура арт-рынка	Типы арт-рынка: местный и мировой. Рынки современного и несовременного (антикварного) искусства, «белый» и «чёрный» арт-рынки (официальная торговля через галереи и магазины с оформлением сделки и неорганизованного, через совершение сделки частным образом, без соответствующей регистрации). Субъекты арт-рынка: производитель, потребитель, посредник, т.е. зритель/покупатель, художник и посредник. Сопровождающие субъекты арт-рынка. биографы, арт-критики, искусствоведы, арт-консультанты, кураторы. Институциональные субъекты арт-рынка: галереи, художественные музеи, аукционы.
4.	Информационная функция арт-рынка	Создание особого информационного поля вокруг арт-рынка. Суть информационной функции. Критерии информационной эффективности деятельности творца. Информационная функция и посредничество в системе «автор-зритель». Субъекты реализации информационной функции: место выставок, художественных музеев (государственных и частных) и биеннале в контексте современного арт-рынка. Провенанс в контексте информационной функции арт-рынка.
5.	Посредническая, ценообразующая и регулирующая функции арт-рынка	Посредничество как особая отрасль художественного предпринимательства. Профессии посредников: арт-дилеры, владельцы галерей, аукционы, художественные ярмарки. Специфика ярмарки и её преимущества. Аукцион как базовый посреднический институт арт-рынка. Стратегия установления эстимейтов. Аукционные дома. Меценат как агент культурного посредничества. Функции меценатства. Регулирующая функция арт-рынка.
6.	Нормативная и законодательная основа функционирования арт-рынка	Специфика законодательной базы деятельности субъектов арт-рынка. Общее и частное законодательство. Авторское право. Нормативные и сопроводительные документы при экспертизе, передвижении, экспонировании и продаже арт-объектов.

6.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практических занятий
1.	Введение в дисциплину.	Специфика арт-рынка. Общие положения.

	Понятие арт-рынок. Функции, специфика, общие особенности.	Общие черты современного арт-рынка – зарубежный и отечественный опыт: общее и различное.
2.	Основные этапы формирования и развития мирового, российского и регионального арт-рынка	Специфика до институционального этапа развития арт-рынка: зарубежный и российский опыт. Зарождение оформленного арт-рынка в Западной Европе и в России. Основные особенности развития арт-рынка в первой половине XX века. Доминирующие тенденции в развитии художественного рынка во второй половине XX века.
3.	Типы и структура арт-рынка	Основные структурные элементы арт-рынка (на примере Москвы и Московской области). Типы арт-рынка. Субъекты арт-рынка: производитель, потребитель, посредник, т.е. зритель/покупатель, художник и посредник. Сопровождающие субъекты арт-рынка. Структура рынка художественных продуктов по теории Фиршмана.
4.	Информационная функция арт-рынка	Суть информационной функции и её место в системе других функций арт-рынка; Критерии информационной эффективности деятельности творца; Информационная функция и посредничество в системе «автор-зритель»; Субъекты реализации информационной функции. Провенанс в контексте информационной функции арт-рынка.
5.	Посредническая, ценообразующая и регулирующие функции арт-рынка	Суть и основные направления реализации посреднической функции; Субъекты и объекты реализации посреднической функции: арт-дилеры, владельцы галерей, аукционы, художественные ярмарки; Специфика ярмарки и её преимущества как посреднического инструмента в структуре арт-рынка; Аукцион как базовый посреднический институт арт-рынка; Меценат как агент культурного посредничества. Функции меценатства.
6.	Нормативная и законодательная основа функционирования арт-рынка	Специфика законодательной базы деятельности субъектов арт-рынка; Основные нормативные документы в системе функционирования арт-рынка; Нормативные и сопроводительные документы при экспертизе, передвижении, экспонировании и продаже арт-объектов.

6.2.3. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
----------	---	-----------------------------------

1.	Введение в дисциплину. Понятие арт-рынок. Функции, специфика, общие особенности.	Основные цели, задачи и структура курса. Арт-рынок в узком и широком смысле. Арт-рынок как экономическая категория. Арт-рынок как регулятор взаимоотношения художника и публики. Функции арт-рынка. Информационная функция. Посредническая функция. Ценообразующая функция. Стимулирующая функция. Регулирующая функция.
2.	Основные этапы формирования и развития мирового, российского и регионального арт-рынка	Специфика до институционального этапа развития арт-рынка: зарубежный и российский опыт. Зарождение оформленного арт-рынка в Западной Европе и в России XIX веке. Роль выставок, салонов, галерей, художественных объединений. Художественная критика в контексте зарождающегося арт-рынка. Феномен меценатства и его роль в развитии художественного рынка. Выдающиеся меценаты. Основные особенности развития арт-рынка в первой половине XX века. Общие черты современного арт-рынка – зарубежный и отечественный опыт: общее и различное.
3.	Типы и структура арт-рынка	Типы арт-рынка: местный и мировой. Рынки современного и несовременного (антикварного) искусства, «белый» и «чёрный» арт-рынки (официальная торговля через галереи и магазины с оформлением сделки и неорганизованного, через совершение сделки частным образом, без соответствующей регистрации). Субъекты арт-рынка: производитель, потребитель, посредник, т.е. зритель/покупатель, художник и посредник. Сопровождающие субъекты арт-рынка. биографы, арт-критики, искусствоведы, арт-консультанты, кураторы. Институциональные субъекты арт-рынка: галереи, художественные музеи, аукционы.
4.	Информационная функция арт-рынка	Создание особого информационного поля вокруг арт-рынка. Суть информационной функции. Критерии информационной эффективности деятельности творца. Информационная функция и посредничество в системе «автор-зритель». Субъекты реализации информационной функции: место выставок, художественных музеев (государственных и частных) и биеннале в контексте современного арт-рынка. Провенанс в контексте информационной функции арт-рынка.
5.	Посредническая, ценообразующая и регулирующая функции арт-рынка	Посредничество как особая отрасль художественного предпринимательства. Профессии посредников: арт-дилеры, владельцы галерей, аукционы, художественные ярмарки. Специфика ярмарки и её преимущества. Аукцион как базовый посреднический институт арт-рынка. Стратегия установления эстимейтов. Аукционные дома. Меценат как агент культурного посредничества. Функции меценатства. Регулирующая функция арт-рынка.
6.	Нормативная	Специфика законодательной базы деятельности субъ-

	и законодательная основа функционирования арт-рынка	ектов арт-рынка. Общее и частное законодательство. Авторское право. Нормативные и сопроводительные документы при экспертизе, передвижении, экспонировании и продаже арт-объектов.
--	---	---

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.	Введение в дисциплину. Понятие арт-рынок. Функции, специфика, общие особенности.	Составление глоссария. Тестирование.
2.	Основные этапы формирования и развития мирового, российского и регионального арт-рынка	Составление таблицы «Основные этапы развития арт-рынка, и их характеристика». Тестирование
3.	Типы и структура арт-рынка	Составление таблицы «Типологии арт-рынка» и таблицы «Общая характеристика субъектов арт-рынка». Тестирование
4.	Информационная функция арт-рынка	Написание критической статьи на какой-либо арт-объект. Беседа.
5.	Посредническая, ценообразующая и регулирующие функции арт-рынка	Практические задания, беседа
6.	Нормативная и законодательная основа функционирования арт-рынка	Составление таблицы «Нормативная и технологическая база функционирования арт-рынка». Тестирование.

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

8.1. Основная учебная литература:

1. Андреева, И. В. Технологии выставочной деятельности : учебное пособие / И. В. Андреева. — Челябинск : Челябинский государственный институт культуры, 2018. — 206 с. — ISBN 978-5-94839-648-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/87204.html>
2. Петелин, В. Г. Основы менеджмента выставочной деятельности : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления (060000), специальностям «Коммерция» (351300) и «Реклама» (350400) / В. Г. Петелин. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 447 с. — ISBN 5-238-00935-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81815.html>
3. Маньковская, Н. Б. Современное искусство как феномен техногенной цивилизации / Н. Б. Маньковская, В. В. Бычков. — Москва : Всероссийский государственный университет кинематографии имени С.А. Герасимова (ВГИК), 2011. — 208 с. — ISBN 978-5-87149-120-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/30638.html>

8.2. Дополнительная учебная литература:

1. Антонян, К. Г. Институциональный аспект художественной культуры : учебно-методическое пособие / К. Г. Антонян, М. В. Рон. — Санкт-Петербург : Издательство РГПУ им. А. И. Герцена, 2024. — 112 с. — ISBN 978-5-8064-3474-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/152260.html>
2. Майстровская, М. Т. Музей как объект культуры. XX век. Искусство экспозиционного ансамбля / М. Т. Майстровская. — Москва : Прогресс-Традиция, 2018. — 680 с. — ISBN 978-5-89826-508-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/73798.html>

8.3. Периодические издания:

1. Русская галерея — XX1 век // URL: <https://rg21.ru/> [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/77947.html>
2. <https://мирмузея.рф/> Журнал «Мир музея»
3. <https://museology.spbu.ru/> Журнал «Вопросы музеологии»
4. <https://panor.ru/magazines/muzei.html#> Журнал «Музей»
5. «Искусство»- <https://iskusstvo-info.ru/>
6. «Art-muse» - <https://artmusemagazine.com/>

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

1. <https://elibrary.ru/titles.asp> – научная электронная библиотека eLibrary.
2. <https://www.scopus.com> – Scopus – крупнейшая единая база данных научной периодики.
4. <https://apps.webofknowledge.com> – Web of Science – политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных.

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
- эссе;
- написание реферата
- 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**

Современный арт-рынок

<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
Профессиональные	-	ПК-2

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-2	Способен анализировать рынок арт-услуг и целевую аудиторию	ПК-2.1. Способен проводить исследование текущего состояния современного рынка арт-услуг, выявлять тенденции и прогнозировать его развитие. ПК-2.2. Определяет целевую аудиторию и её потребности, предпочтения и поведение. ПК-2.3. Анализирует конкурентов, их предложения и стратегии, чтобы выработать эффективные подходы. ПК-2.4. Разрабатывает маркетинговые стратегии. Создает и реализует планы продвижения арт-услуг с учётом анализа современного рынка и аудитории. ПК-2.5. Отслеживает изменения на рынке и корректировать стратегии в соответствии с новыми условиями.

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	ПК-2		
	текущее состояние современного рынка арт-услуг; целевую аудиторию и её потребности, предпочтения и поведение; конкурентов; маркетинговые стратегии в экспозиционно-выставочной	проводить исследование текущего состояния современного рынка арт-услуг, выявлять тенденции и прогнозировать его развитие; отслеживать изменения на рынке арт-услуг и корректировать	глобальными и стратегиями роста, базовыми, конкурентными, видами маркетинговых стратегий в экспозиционно-выставочной деятельности; приемами создавать и реализовывать планы

	деятельности	стратегии в соответствии с новыми условиями. анализировать конкурентов, их предложения и стратегии, чтобы выработать эффективные подходы к экспозиционно-выставочной деятельности.	продвижения арт-услуг с учётом анализа современного рынка и аудитории; приемами анализа рыночных колебаний и адаптируя тактику, учитывая возникающие обстоятельства.
--	--------------	--	--

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

ТЕСТИРОВАНИЕ

ПК-2

Вопросы с выбором правильного ответа:

1. Какой из следующих сегментов современного арт-рынка демонстрирует наибольший рост в сфере нематериальных и перформативных практик?

- А) Первичный рынок живописи (продажа картин напрямую от художника)
- Б) Рынок арт-услуг (персонализированные перформансы, консультации, образовательные программы)
- В) Рынок антиквариата
- Г) Коллекционирование скульптур из бронзы

Правильный ответ: Б

2. Какой из следующих акторов НЕ является ключевым участником вторичного арт-рынка?

- А) Аукционные дома (например, Christie's, Sotheby's)
- Б) Коллекционеры, продающие произведения из частных собраний
- В) Онлайн-галереи, представляющие новые работы художников
- Г) Арт-дилеры, специализирующиеся на ресейле

Правильный ответ: В

3. Какой тренд в современном арт-рынке наиболее сильно повлиял на монетизацию перформативных практик?

- А) Ужесточение авторского права на изображения
- Б) Рост платформенной экономики и подписочных моделей (например, Patreon, SuperRare, NFT-опыты)
- В) Снижение интереса к современному искусству
- Г) Возврат к традиционным музейным экспозициям

Правильный ответ: Б

4. Какой из следующих методов наиболее эффективен для анализа поведения целевой аудитории перформативных арт-услуг?

- А) Анализ продаж картин в галереях
- Б) Изучение отчётов аукционных домов
- В) Проведение глубинных интервью и наблюдение за вовлечённостью в ходе событий
- Г) Подсчёт количества подписчиков у музея в Instagram

Правильный ответ: В

5. Какой из следующих факторов наименее влияет на ценообразование перформативной арт-услуги в современном арт-рынке?

- А) Репутация художника в профессиональном сообществе
- Б) Стоимость рамы для картины
- В) Уникальность и персонализация опыта
- Г) Продолжительность и интенсивность взаимодействия

Правильный ответ: Б

6. Какой из следующих форматов лучше всего иллюстрирует интеграцию перформативной практики в логику contemporary art market?

- А) Уличная акция без документации и анонсирования
- Б) Перформанс, представленный в рамках бьеннале с последующей продажей «прав на воспроизведение» через галерею
- В) Закрытая репетиция для друзей художника
- Г) Публикация поэтического текста в личном блоге

Правильный ответ: Б

7. Какой из следующих признаков характеризует «демократизацию» современного арт-рынка?

- А) Увеличение минимальной цены на лоты в аукционных домах
- Б) Появление прямых каналов взаимодействия между художниками и аудиторией через цифровые платформы
- В) Снижение роли кураторов
- Г) Концентрация рынка в руках трёх крупнейших галерей

Правильный ответ: Б

8. Какой из перечисленных инструментов НЕ используется для анализа арт-рынка?

- А) Отчёты Art Basel & UBS Art Market Report
- Б) Базы данных аукционных продаж (Artnet, Artprice)
- В) Индекс Доу-Джонса
- Г) Картирование экосистемы арт-фестивалей и резиденций

Правильный ответ: В

9. Какой из следующих вызовов наиболее актуален для художников, работающих с перформативными практиками в условиях рыночной логики?

- А) Переизбыток материальных ресурсов
- Б) Трудности в документировании, архивировании и монетизации нематериального опыта
- В) Отсутствие интереса со стороны зрителей
- Г) Избыток государственного финансирования

Правильный ответ: Б

10. Какой из следующих форматов наиболее точно отражает концепцию «experience economy» в контексте арт-рынка?

- А) Покупка репродукции на холсте
- Б) Посещение выставки без взаимодействия с экспозицией
- В) Участие в перформативном ужине с художником, включающем диалог, ритуал и кулинарный опыт
- Г) Онлайн-просмотр каталога выставки

Правильный ответ: В

Вопросы на соответствие:

Тест 1: Установите соответствие между сегментом арт-рынка и его ключевой экономической функцией.

Сегмент рынка

Ключевая экономическая функция и характеристика

Сегмент рынка	Ключевая экономическая функция и характеристика
1. Первичный рынок (галереи)	А. Обеспечение ликвидности активов, формирование публичной ценовой истории, работа с консервативными капиталами.
2. Вторичный рынок (аукционы)	В. Финансирование производства искусства, построение карьеры художника, создание первоначального спроса и нарратива.
3. Ярмарочный сектор	С. Быстрая дистрибуция, создание трендов, B2B- и B2C-маркетинг в режиме high intensity.
4. Сектор цифрового искусства (NFT-платформы)	Д. Демократизация доступа к коллекционированию, создание новых форм владения (токенизация), работа с криптокапиталом.
Ответ: 1 – В; 2 – А; 3 – С; 4 – D.	

Тест 2: Установите соответствие между типом коллекционера и его подходом к приобретению и поддержке перформанса.

Тип коллекционера	Стратегия работы с перформансом
1. Стратегический инвестор (фонд, family office)	А. Покупка документации и реликвий (relics) для диверсификации портфеля; интерес к именам с растущей аукционной историей.
2. Патрон (philanthropist)	В. Финансирование production costs новых проектов, комиссий; поддержка резиденций и архивных инициатив без прямого владения объектом.
3. Коллекционер-коннектор (инсайдер арт-сцены)	С. Приобретение скриптов и сертификатов для доступа к эксклюзивным re-performances; ценность в участии в closed circle событий.
4. Корпоративный коллекционер	Д. Спонсорство public programs для усиления бренда; заказ site-specific перформансов для корпоративных пространств и ивентов.
Ответ: 1 – А; 2 – В; 3 – С; 4 – D.	

Тест 3: Установите соответствие между экономической моделью и её применением к перформансу или digital art.

Экономическая модель	Описание и пример
1. Модель «Оста-	А. Художник получает процент от каждой перепродажи его

Экономическая модель	Описание и пример
ток/Документ» (Relic/Document)	работы на вторичном рынке. Для перформанса: может распространяться на перепродажу скриптов, уникальных документов.
2. Модель роялти (Resale Right / Royalty)	В. Продажа прав на однократное или ограниченное исполнение произведения в определенных условиях институцией или коллекционером.
3. Модель лицензирования (Licensing)	С. Создание и продажа ограниченной серии цифровых токенов (NFT), каждый из которых связан с произведением и гарантирует права владельцу.
4. Модель токенизации (NFT as Edition)	Д. Создание вторичных материальных объектов (фото, видео, костюмы, предметы), сертифицированных и продаваемых как искусство.

Ответ:

1 – D; 2 – A; 3 – B; 4 – C.

Тест 4: Установите соответствие между инструментом исследования аудитории и задачей в области продвижения и продаж арт-услуг.

Инструмент анализа аудитории	Решаемая бизнес-задача
1. Карта эмпатии (Empathy Map)	А. Выявление барьеров и точек роста на пути от первого контакта с анонсом до покупки билета или произведения.
2. RFM-анализ (Recency, Frequency, Monetary) базы клиентов	В. Сегментация аудитории для персонализированных коммуникаций: выделение VIP-клиентов, «засыпающих» посетителей и т.д.
3. Customer Journey Map (CJM)	С. Понимание глубинных мотивов, страхов и ценностей целевой группы для создания релевантного сообщения (нарратива).
4. Бенчмаркинг аудитории схожих институций/проектов	Д. Оценка потенциала роста и поиск «белых пятен» в собственной аудитории через сравнение с конкурентами.

Ответ:

1 – C; 2 – B; 3 – A; 4 – D.

Тест 5: Установите соответствие между каналом дистрибуции и типом арт-продукта или услуги, для которого он наиболее эффективен.

Канал дистрибуции / продаж	Оптимальный тип арт-продукта / услуги
1. Эксклюзивный показ в white cube галереи	А. NFT-коллекции, цифровое искусство, арт для глобальной и крипто-аудитории.
2. Онлайн-платформа (типа Artsy)	В. Высокобюджетные, уникальные произведения

Канал дистрибуции / продаж

Оптимальный тип арт-продукта / услуги

3. Специализированные NFT-маркетплейсы (Foundation, SuperRare)

«первой величины» (blue-chip artists) для established коллекционеров.

4. Личные продажи через арт-консультанта

С. Произведения современных художников среднего ценового сегмента; расширение географии коллекционеров.

Д. Дорогостоящие комиссионные проекты, комплексные сделки с участием нескольких работ или прав.

Ответ:

1 – В; 2 – С; 3 – А; 4 – D.

Тест 6: Установите соответствие между методом установки цены на работу молодого художника и рыночной логикой этого метода.

Метод ценообразования

Рыночная логика метода

1. Привязка к формату и материалу (размер, техника)

А. Создание искусственного дефицита и ажиотажа, работа на воспринимаемую ценность и эксклюзивность.

2. Привязка к карьерному этапу и аналогиям (художники-ровесники)

В. Обеспечение простоты и прозрачности для покупателя, формирование понятной системы координат.

3. Высокий стартовый ценник (premium pricing)

С. Легитимация цены через контекст, включение художника в определенный рыночный эшелон.

4. Динамическое ценообразование (рост цены по мере продаж с выставки)

Д. Создание чувства срочности (urgency) у коллекционеров, моделирование рыночного успеха в реальном времени.

Ответ:

1 – В; 2 – С; 3 – А; 4 – D.

Тест 7: Установите соответствие между инфраструктурным игроком и его функцией в поддержке и легитимации перформанса.

Инфраструктурный игрок

Функция в поддержке перформанса

1. Специализированный ярмарочный сектор (например, Live секция на Frieze)

А. Создание исследовательского контекста, архивация, присуждение символического капитала, что повышает стоимость документов и будущих проектов художника.

2. Некоммерческие арт-пространства и фонды

В. Предоставление площадки, production-поддержки и гонораров для экспериментов, которые затем могут быть адаптированы для рынка.

3. Музейные институции с отдела-

С. Интеграция перформанса в коммерческий контекст

Инфраструктурный игрок

Функция в поддержке перформанса

ми перформанса

ярмарки, создание спецпроектов, привлечение внимания коллекционеров к «живой» практике.

4. Арт-издательства и журналы (e.g., «Performance Research»)

D. Производство и распространение критического и теоретического дискурса, формирование языка для описания и оценки практики.

Ответ:

1 – C; 2 – B; 3 – A; 4 – D.

Тест 8: Установите соответствие между актуальным трендом и его последствиями для менеджеров и продюсеров арт-проектов.

Тренд

Влияние на рынок арт-услуг и работу с аудиторией

1. Рост популярности experience-экономики.

A. Необходимость развивать digital-стратегии, создавать гибридные (phygital) события, осваивать новые платформы и форматы онлайн-присутствия.

2. Дематериализация искусства (digital, перформанс, концептуализм).

B. Сдвиг в сторону продажи «опыта» и «доступа» (к художнику, к процессу); рост важности event-менеджмента и иммерсивных форматов.

3. Глобализация и интерес к незападным художникам.

C. Повышение спроса на услуги арт-логистики, страхования, клиринга, хранения сложных и нестандартных объектов.

4. Усложнение арт-объектов (инсталляции, технологии).

D. Расширение географии работы, необходимость понимания локальных контекстов, поиск переводчиков и локальных партнеров.

Ответ:

1 – B; 2 – A; 3 – D; 4 – C.

Тест 9: Установите соответствие между типом контракта и ситуацией, в которой он принципиально необходим.

Юридическое соглашение

Ключевое назначение и ситуация применения

1. Договор комиссии (consignment agreement) с аукционом.

A. Фиксация условий сотрудничества между художником и галереей: эксклюзив, территория, комиссия, обязанности.

2. Договор с художником (artist-gallery agreement).

B. Регулирование передачи неисключительных прав на воспроизведение произведения для каталога, рекламы, публикаций.

3. Лицензионное соглашение (license agreement).

C. Передача права на перепродажу конкретного произведения аукционным домом от имени владельца с оговоренными комиссиями и гарантиями.

Юридическое соглашение

Ключевое назначение и ситуация применения

4. Соглашение о производстве (production agreement).

D. Детализация бюджета, этапов, прав на результат и распределения ответственности при создании сложного проекта (инсталляция, перформанс).

Ответ:

1 – C; 2 – A; 3 – B; 4 – D.

Тест 10: Установите соответствие между KPI и аспектом управления арт-проектом или институцией, который он помогает оценить.

KPI

Сфера менеджмента / оцениваемый аспект

1. Коэффициент конверсии посетителей выставки в покупателей каталога/мерча.

A. Эффективность маркетинговой и PR-деятельности, рост узнаваемости.

2. Средняя цена проданного лота на вторичном рынке для художников галереи.

B. Эффективность коммерческой деятельности на месте, умение монетизировать внимание аудитории.

3. Прирост числа подписчиков в соцсетях после запуска кампании.

C. Долгосрочная эффективность карьерной стратегии галереи и рост рыночной стоимости портфеля художников.

4. Уровень заполняемости залов на платных публичных мероприятиях.

D. Востребованность контента и эффективность программирования, соответствие интересам аудитории.

Ответ:

1 – B; 2 – C; 3 – A; 4 – D.

Практические задания

На тему «Посредническая, ценообразующая и регулирующие функции арт-рынка». Кейс: подготовить и представить алгоритм проведения аукциона.

Задания открытого типа

1. Основные цели, задачи и структура курса.
2. Арт-рынок в узком и широком смысле.
3. Арт-рынок как экономическая категория.
4. Арт-рынок как регулятор взаимоотношения художника и публики.
5. Функции арт-рынка.
6. Роль выставок, салонов, галерей, художественных объединений.
7. Феномен меценатства и его роль в развитии художественного рынка.
8. Основные структурные элементы арт-рынка.
9. Типы арт-рынка.
10. Субъекты реализации информационной функции: место выставок, художественных музеев (государственных и частных).

11. Специфика ярмарки и её преимущества.
12. Аукцион как базовый посреднический институт арт-рынка.
13. Стратегия установления эстимейтов.
14. Аукционные дома.
15. Меценат как агент культурного посредничества.
16. Функции меценатства.
17. Регулирующая функция арт-рынка.
18. Специфика законодательной базы деятельности субъектов арт-рынка. Общее и частное законодательство.
19. Авторское право.
20. Нормативные и сопроводительные документы при экспертизе, передвижении, экспонировании и продаже арт-объектов.

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.