

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 13.05.2026 14:56:38  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Институт мировой экономики и бизнеса**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП) – разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### **42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

### **ЦИФРОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Арт-менеджмент» входит в программу бакалавриата «Цифровые маркетинговые коммуникации» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается во 2 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 2 разделов и 8 тем и направлена на изучение интеграции художественных процессов и управленческих методов в культурной сфере, обучение планированию, организации и продвижению художественных проектов, развитие креативных и административных навыков для управления в области искусства и культуры.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов индикаторов компетенций, предполагающих освоение теоретических основ менеджирования в сфере художественно-зрелищного обслуживания, концертной деятельности государственных и негосударственных организаций, а также культурно-развлекательного бизнеса; овладение практическими умениями и навыками, организации шоу-представления, гала-концертов, гастролей творческих коллективов.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Арт-менеджмент» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

| Шифр | Компетенция  | Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)  |
|------|--|---|
| УК-5 | Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах   | УК-5.1 Интерпретирует историю России в контексте мирового исторического развития;<br>УК-5.2 Находит и использует при социальном и профессиональном общении информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп;<br>УК-5.3 Учитывает при социальном и профессиональном общении по заданной теме историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения;<br>УК-5.4 Осуществляет сбор информации по заданной теме с учетом этносов и конфессий, наиболее широко представленных в точках проведения исследования;<br>УК-5.5 Обосновывает особенности проектной и командной деятельности с представителями других этносов и (или) конфессий;<br>УК-5.6 Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции; |
| ПК-2 | Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;<br>ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;<br>ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами;  |

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Арт-менеджмент» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Арт-менеджмент».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

| Шифр | Наименование компетенции   | Предшествующие дисциплины/модули, практики*  | Последующие дисциплины/модули, практики*   |
|------|--|--|--|
| УК-5 | Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах   | Политология;<br>Литература;<br>Профессиональный иностранный язык (факультатив);<br>Русский язык и культура речи; | Преддипломная практика;<br>Методы коммуникационных исследований**;<br>Performance-маркетинг**;<br>Международные маркетинговые коммуникации**;<br>История рекламы и связей с общественностью;<br>Профессиональный иностранный язык (факультатив);<br>Современные стратегии и тактики продвижения**;<br>Эффективность коммуникационных кампаний**;<br>Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг**;<br>HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций**;<br>Маркетинг инноваций**;<br>Коммуникационный дизайн**;<br>Социальный брендинг**;<br>Медиаэкономика**;<br>Интерактивность в маркетинговых коммуникациях**; |
| ПК-2 | Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта |  | Компьютерные технологии в дизайне рекламы;<br>Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;<br>Теория и практика брендинга;<br>Оmnikanальный маркетинг;<br>Управление лояльностью;<br>Основы продвижения на маркетплейсах;<br>Событийный маркетинг**;<br>Разработка нового продукта**;<br>Креативные стратегии**;<br>Бренд-коммуникации**;<br>Современные стратегии и тактики продвижения**;<br>Спичрайтинг**;<br>Эффективность коммуникационных кампаний**;<br>Маркетинг инноваций**;<br>HR-службы в системе   |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики*  |
|------|--------------------------|---|---|
|      |                          |   | <p>маркетинговых коммуникаций**;</p> <p>Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг**;</p> <p>Индустрия цифровых коммуникаций**;</p> <p>Тренды маркетинговых коммуникаций;</p> <p>Коммуникационный дизайн**;</p> <p>Социальный брендинг**;</p> <p>Медиапланирование;</p> <p>Креатив в маркетинге**;</p> <p>Визуальная коммуникация бренда**;</p> <p>Спонсорство и партнерство**;</p> <p>Культурные и креативные индустрии**;</p> <p>Медиаэкономика**;</p> <p>Интерактивность в маркетинговых коммуникациях**;</p> <p>Методы коммуникационных исследований**;</p> <p>Performance-маркетинг**;</p> <p>Международные маркетинговые коммуникации**;</p> <p>Проектная документация в маркетинговых коммуникациях**;</p> <p>Финансовый менеджмент;</p> <p>Производственная (проектная) практика;</p> <p>Производственная (ознакомительная) практика;</p> <p>Преддипломная практика;</p> |

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Арт-менеджмент» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

| Вид учебной работы                        | ВСЕГО, ак.ч. |    | Семестр(-ы) |
|---|--------------|----|-------------|
|   |              |    | 2           |
| Контактная работа, ак.ч                   | 34           |    | 34          |
| Лекции (ЛК)                               | 17           |    | 17          |
| Лабораторные работы (ЛР)                  | 0            |    | 0           |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)     | 17           |    | 17          |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 20           |    | 20          |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 18           |    | 18          |
| Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.       | ак.ч.        | 72 | 72          |
|   | зач.ед.      | 2  | 2           |

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы\*

| Номер раздела | Наименование раздела дисциплины      | Наименование темы |   | Содержание темы   | Вид учебной работы* |
|---------------|--------------------------------------|-------------------|---|---|---------------------|
| Раздел 1      | Теоретические основы арт-менеджмента | 1.1               | Введение в дисциплину   | Введение в арт-менеджмент очерчивает предмет и задачи управления в сфере искусства: экосистема участников, модели ценности, институции и роли арт-менеджера. Рассматриваются основы стратегии, продюсирования, маркетинга и фандрайзинга, юридические и финансовые аспекты, а также цифровые инструменты и работа с аудиторией.   | ЛК, СЗ              |
|               |                                      | 1.2               | Искусство как форма организации творческой деятельности                 | Искусство рассматривается как институционально и проектно организованная система творческой деятельности: роли, практики, инфраструктуры, правила и ценности, координирующие создание, дистрибуцию и рецепцию произведений. Для арт-менеджмента это управление циклами и ресурсами  | ЛК, СЗ              |
|               |                                      | 1.3               | Мировая и российская творческая индустрия                               | Тема рассматривает структуру и экономику мировой креативной индустрии: ключевые сектора (арт, кино, музыка, игры, дизайн, мода), цепочки ценности, цифровизацию   | ЛК, СЗ              |
|               |                                      | 1.4               | Управленческий и производственные аспекты творческой индустрии          | Управленческие аспекты: стратегирование и портфель проектов, планирование бюджетов и ресурсов, управление командой и правами  | ЛК, СЗ              |
| Раздел 2      | Практика арт-менеджмента             | 2.1               | Организационные аспекты и мотивация деятельности в творческой индустрии | Организационные аспекты включают выбор структуры (проектная/матричная/сетевые коллаборации), роли и процессы, правовой контур и управление  | ЛК, СЗ              |
|               |                                      | 2.2               | Механизмы финансирования в творческой индустрии                         | Механизмы финансирования включают гранты и субсидии, меценатство и спонсорство, краудфандинг и предзаказы, дистрибьюторские авансы и копродюсирование, частные инвестиции/венчур  | ЛК, СЗ              |
|               |                                      | 2.3               | Маркетинговые коммуникации в творческой индустрии                       | Маркомы в креативной индустрии строятся вокруг позиционирования и ценностного предложения для целевых аудиторий, используя связку контента и сторителлинга в owned/earned/paid каналах (PR, SMM, инфлюенсеры, email, события, коллаборации, площадки/платформы). Управление воронкой и репутацией опирается на медиаплан, календарь релизов, работу с сообществами и аналитикой | ЛК, СЗ              |
|               |                                      | 2.4               | Технологии сбыта в творческой индустрии                                 | Технологии сбыта охватывают омниканальные модели и платформы  | ЛК, СЗ              |

\* - заполняется только по ОЧНОЙ форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Тип аудитории              | Оснащение аудитории   | Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости) |
|----------------------------|---|--|
| Лекционная                 | Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.   |  |
| Семинарская                | Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций. |  |
| Для самостоятельной работы | Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.                                  |  |

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература:

1. Командышко, Е. Ф. Арт-менеджмент : учебник / Е.Ф. Командышко. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 194 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook\_58e766a9012856.6044701. - ISBN 978-5-16-012560-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1940021>

### Дополнительная литература:

1. Байрнс У.Д. Менеджмент и культура=Management and the arts / У. Д. Байрнс ; под науч. ред. И. Чубарова ; пер. с англ. И. Кушнаревой. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 624 с.: ил. – (Исследования культуры). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577242>

2. Белова Е.В. Методы НЛП и арт-терапии в работе психолога и менеджера : учебное пособие / Е. В. Белова, Е. В. Зинченко ; Южный федеральный университет, Академия психологии и педагогики. – Таганрог: Южный федеральный университет, 2017. – 99 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=492976>

3. Арт-менеджмент : учебное пособие / Л. Н. Жуковская, С. В. Костылева, В. С. Лузан [и др.] ; Сибирский федеральный университет. – Красноярск: Сибирский федеральный университет (СФУ), 2016. – 188 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496978>

### Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Арт-менеджмент».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

**РАЗРАБОТЧИКИ**

Доцент

---

Должность

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО**

Заведующий кафедрой

---

Должность

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП**

Заведующий кафедрой

---

Должность

Осмоловская А.В.

---

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

---

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

---

Фамилия И.О