

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
(ВлГУ)

Институт физической культуры и спорта  
Кафедра хореографического искусства и спортивного танца

Марченков А. Л. Маныч Л. М  
Ф.И.О. автора

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**

по дисциплине **«Основы экономики и менеджмента исполнительских искусств»**  
для студентов ВлГУ, обучающихся по направлению **52.03.01 Хореографическое искусство**

профиль подготовки **Искусство балетмейстера – репетитора**

Владимир, 2016

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1. Дать определение понятию маркетинг.
2. Маркетинг в исполнительских искусствах: взаимоотношения с аудиторией.
3. Что значит анализ рынка, отбор целевых рынков.
4. Менеджмент в исполнительских искусствах. Организация исполнительской деятельности. Внешняя и внутренняя среда организации.
5. Возможности рекламирования постановок и организации (театра).
6. Какие подходы к управлению взаимоотношениями с потенциальными спонсорами.
7. Что значит консолидация средств.
8. Назовите принципы составления и продвижения делового предложения.
9. Как консолидировать творческий коллектив в направлении реализации культурного проекта, программы.
10. Назовите основные законы и нормативные акты, определяющие организационно-правовые основы существования учреждений культуры.
11. Различия и общие цели коммерческих и некоммерческих организаций в сфере культуры.
12. Как выражается централизация и децентрализация управления.
13. В чем выражается специфика культурных продуктов (услуг).
14. В чем заключается государственное регулирование финансовой деятельности учреждений культуры.
15. Какова роль государства в управлении сферой культуры.
16. Характеристика международных актов и отечественного законодательства в сфере культуры.
17. Цели, задачи и формы спонсорства, благотворительности, патронажа.
18. Что значит бюджетное и внебюджетное финансирование.
19. Фандрейзинг как система партнерства.
20. Возможности использования доходов в некоммерческих организациях.
21. Организация плановой деятельности (этапы планирования творческой деятельности).
22. Управление творческой организацией. Противоречия в творческом процессе. Пределы управленческого вмешательства в творческий процесс.
23. Характеристика возможных методов планирования деятельности концертно-зрелищной организации.

24. Процесс принятия решений – главное звено менеджмента. Типы решений в деятельности учреждений культуры и искусства.
25. Управление сценической площадкой, вместимостью и системами, распространение билетов.
26. Формирование аудитории.
27. Характеристика международных актов и отечественного законодательства в сфере культуры.
28. Менеджеры в сфере искусств и художественного образования, их мотивация и требования к их способностям.
29. Персонал в сфере культуры и кадровая политика.
30. Оценка и аттестация работников в театрально-концертной и образовательной сферах искусств.
31. Система переподготовки и повышения квалификации кадров.
32. Специфика проявления лидерских качеств руководителя в сфере культуры.
33. Виды стилей руководства.
34. Сущность мотивации человеческой деятельности.
35. Виды и методы стимулирования работников (различия в мотивации в зависимости от рода деятельности, профессиональной составляющей).
36. Вклад культуры и искусства в экономическое развитие страны, в развитие регионов.
37. Понятие потребностей (власти, успеха, причастности).
38. Управление как согласование интересов. Субъекты художественной жизни и их интересы.
39. Коммерческая и дотационная культура; их взаимовлияние.