

**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.В. ЛОМОНОСОВА**  
**ФАКУЛЬТЕТ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

УТВЕРЖДАЮ  
Руководитель организации

В.С. Басюк

(подпись)

" 08 " *август* 2021 г.



**ПРОГРАММА**  
повышения квалификации  
**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В КУЛЬТУРЕ**

Москва - 2021

## 1. Цель реализации программы

### Цели данного курса:

- выделить наиболее актуальные, практически значимые вопросы предпринимательства в культуре на современном этапе;
- представить преимущественно философский аспект понимания предпринимательства как важного инструмента развития отечественной культуры, не связывая ее только с процессом коммерциализации;
- предложить опыт и рекомендации методологического свойства, хорошо зарекомендовавшие себя на Западе и частично используемые уже в России;
- показать пути плодотворного взаимодействия культуры и бизнеса в современных условиях с определением болевых точек в этом процессе, актуализирующиеся в настоящее время в России;
- ознакомить с тенденциями развития социокультурной сфера в развитых странах на современном этапе.

### Задачи изучения дисциплины.

В результате ознакомления слушателей со спецкурсом по основам предпринимательства в культуре они должны получить:

- определенный круг знаний по узловым вопросам в специфике существования культуры в условиях российского рынка;
- освоить мировоззренческую установку, что у свободного рынка нет задачи «убить» Моцарта;
- систематизировать и упорядочить имеющиеся знания и представления по вопросам управления культурой в условиях рыночных отношений;
- освоить первоначальные навыки необходимые для анализа позитивных и негативных процессов, происходящих в российской культуре на современном этапе;
- получить практические навыки в области рыночных технологий, необходимых для продуктивного функционирования культуры (менеджмент, маркетинг, связи с общественностью, спонсоринг, фандрейзинг).

## 2. Формализованные результаты обучения

В результате изучения дисциплины специалист должен

*Знать:* актуальные проблемы развития культуры в условиях рынка, представлять логику процесса смены приоритетов в западных странах, понимать механизм возникновения и развития творческой экономики, творческих индустрий и явлений ими порожденных. Находить тенденции подобного развития в России

*Уметь:* использовать полученные знания в научно-практической деятельности для оптимизации и эффективности профессиональной работы, анализировать реальные ситуации с точки зрения влияния на них элементов предпринимательства, инициировать собственную деятельность и направлять ее в новые области социокультурного развития.

*Владеть:* опираясь на теоретические знания и практические навыки, владеть основными инструментами продуцирования креативных и предпринимательских идей, работы в команде, различными формами коммуникаций, организационно-управленческими практиками, использовать культурный ресурс как активный фактор развития своего дела или реализации проекта...

Курс «Предпринимательство в культуре» имеет важное научное и практическое значение. Помимо фундаментальных знаний в области культурологии он позволяет дать слушателям практические навыки в области современных технологий предпринимательства в культуре и искусстве. Данная сфера испытывает дефицит специалистов в указанной области.

### 3. Содержание программы повышения квалификации по курсу: «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В КУЛЬТУРЕ»

**Категория слушателей:** преподаватели вузов культуры и искусства и практиков в области культуры и искусства (руководители и сотрудники организаций и проектов в области культуры и искусства)

**Продолжительность обучения:** 72 часа.

**Форма обучения** – заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

#### Учебный план

№	Наименование разделов, дисциплин и тем	Всего, Час.	В том числе	
			Лекции	Самостоятельная работа
1. Раздел	Культура и искусство в условиях перехода российской экономики к рыночным отношениям	16	8	8

2. Раздел	Культура и бизнес: общее и особенное.	8	4	4
3. Раздел	Основные проблемы в современной российской культуре	16	4	4
4. Раздел	Основные направления взаимодействия, взаимовлияния и взаимообогащения культуры и бизнеса.	8	4	4
5. Раздел	Инновационные тенденции в развитии предпринимательства в культуре.	16	8	8
Итоговый контроль: реферат		8	4 Консультирование	4
<b>ИТОГО</b>		<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>

Учебно-тематический план  
программы повышения квалификации  
«ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В КУЛЬТУРЕ»

№	Наименование разделов, дисциплин и тем	Всего, Час.	В том числе		Форма контроля
			Лекции	Самостоятельная работа	

<b>1. Раздел</b>	<b>Культура и искусство в условиях перехода российской экономики к рыночным отношениям</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	Тестирование, аналитическое эссе
<b>1.1.</b>	Художественно-эстетическая и экономическая ценность искусства.	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	аналитическое эссе
<b>1.2.</b>	Искусство - «наиболее древняя» и «наиболее буквальная форма частного предпринимательства».	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	аналитическое эссе
<b>1.3.</b>	Предпринимательство как частный способ художественного творчества, самовыражения и самореализации человека	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	аналитическое эссе
<b>1.4.</b>	«У свободного рынка нет идеологической задачи убить Моцарта». Коммерциализация естественный путь развития. Неоднозначность позиций в отношении процесса коммерциализации социокультурной сферы в России. «Не продается вдохновенье, но можно рукопись продать»	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	Разработка кейсов на основании художественной практики
<b>2. Раздел</b>	<b>Культура и бизнес: общее и особенное.</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	Разработка кейсов на

<b>2.1</b>	Культура – прагматически незаинтересованная сфера деятельности (затратна, направлена на удовлетворение духовных потребностей)	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	Разработка кейсов на
<b>2.2.</b>	Бизнес – прагматически заинтересованная сфера жизнедеятельности (прагматичен, рационален, материально ориентирован, прибылен).	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	Разработка кейсов на
<b>3. Раздел</b>	<b>Основные проблемы в современной российской культуре</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	Тестирование и Разработка кейсов
<b>3.1.</b>	Понятие культурной политики и ее основные типы.	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	Тестирование
<b>3.2.</b>	Культурная политики – история вопроса.	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	Разработка кейсов
<b>3.3.</b>	Модели культурной политики.	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	Тестирование
<b>3.4.</b>	Основные принципы типологизации культурной политики	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	Тестирование
<b>4.Раздел</b>	<b>Основные направления взаимодействия, взаимовлияния и взаимообогащения культуры и бизнеса.</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	Аналитические эссе и разработка кейсов

4.1.	Взаимосвязь, взаимодействие, взаимовлияние и взаимообогащения как универсальные понятия. Особенности взаимосвязи и взаимодействия предпринимательства и культуры	4	2	2	Аналитическое эссе
4.2.	<i>Бизнес - культуре</i> : модели и технологии управления. Определяющая роль менеджмента, маркетинга, ПР и рекламы в развитии культуры в условиях рынка. Ассимиляции различных модификаций управленческих технологий в сфере культуры и искусства	4	2	2	Разработка кейсов
5. Раздел	<b>Инновационные тенденции в развитии предпринимательства в культуре.</b>	16	8	8	Тестирование и Разработка кейсов
5.1.	Аренда и лизинг в художественном творчестве разных видов.  Изменение организационных структур и аудит приоритетов.	4	2	2	Тестирование и Разработка кейсов
5.2.	Международная и внутринациональная кооперация.	4	2	2	Тестирование и Разработка кейсов
5.3.	Артотеки, артрезиденции (новое пансионерство), артинтервееции (новая форма внебюджетного финансирования) как мировой тренд.	4	2	2	Тестирование и Разработка кейсов
5.4.	Эндаументы и фонды	4	2	2	
Итоговый контроль курсовая работа		8	4	4	Зачет

		<b>Консультирование</b>		
<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	

Учебная программа\*\*  
повышения квалификации  
**«ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В КУЛЬТУРЕ»**

## **1.1 СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ**

### **Тема 1. КУЛЬТУРА И ИСКУССТВО В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ К РЫНОЧНЫМ ОТНОШЕНИЯМ**

Художественно-эстетическая и экономическая ценность искусства. Искусство как специфический товар/услуга. Искусство - предмет символического обмена. Искусство - «наиболее древняя» и «наиболее буквальная форма частного предпринимательства» (И. Бродский). "У свободного рынка нет идеологической задачи убить Моцарта" (Э. Неизвестный). Неоднозначность позиций в отношении процесса коммерциализации социокультурной сферы в России. Противоречивость организационно-управленческих процессов в области. Проблема двоевластия в творческих коллективах. Искусство – специфическая форма профессиональной деятельности. "Не продается вдохновенье, но можно рукопись продать" (А. С. Пушкин). Соотношение коммерческого и некоммерческого в культуре и искусстве. Предпринимательство как способ поддержки некоммерческого сектора в культуре и искусстве.

### **Тема 2. КУЛЬТУРА И БИЗНЕС: ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ, ПУТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

Бизнес - прагматичен, рационален, материально ориентирован, прибылен. Культура – прагматически незаинтересованная сфера человеческой деятельности, затратна, направлена на удовлетворение духовных потребностей.

### **Тема 3. ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ КУЛЬТУРЕ**

Понятие культурной политики и ее основные типы. Культурная политики – история вопроса. Модели культурной политики. Основные принципы типологизации культурной политики. Основные проблемы в современной российской культуре: концептуальный пласт, принципы финансирования, законодательной база и кадровый вопрос.

### **Тема 4. ПРЕДПОСЫЛКИ ПАРТНЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И БИЗНЕСА.**

Взаимосвязь, взаимодействие, взаимовлияние и взаимообогащения как универсальные понятия. Особенности взаимосвязи и взаимодействия предпринимательства и культуры



## **Тема 5. БИЗНЕС-ТЕХНОЛОГИИ В КУЛЬТУРЕ.**

*Бизнес-культуре:* модели и технологии управления. Определяющая роль менеджмента, маркетинга, ПР и рекламы в развитии культуры в условиях рынка. Артдилер, артменеджер, продюсер, импресарио - коммерсанты от искусства: "Искусство превращается в крупный бизнес... Звон долларов - не лучший аккомпанемент для бессмертных творений гения. Но, как видно, другого механизма развития искусства в свободном мире не существует" (Э.Неизвестный). Ассимиляции различных модификаций управленческих технологий в сфере культуры и искусства. Изменение организационных структур и аудит приоритетов. Адаптация коммуникационных технологий управления и продвижения в сфере культуры и искусства. «Болезнь издержек» - закон У. Боуэна и У. Баумоля. Проблема многоканального финансирования учреждений, организаций и проектов культуры и искусства. Спонсорство как коммерческая деятельность по продвижению товаров и услуг, технология «захвата» рынка. Спонсорство в развитых странах - коммерческая деятельность, не подлежащая налогообложению. Корпоративная филантропия – технология улучшение имиджа и репутации. Спонсорство как инвестиция в будущее компаний в отличие от вложений в прямую рекламу.

## **Тема 6. КУЛЬТУРА КАК РЕПУТАЦИОННЫЙ РЕСУРС БИЗНЕСА**

*Культура - бизнесу:* иной стиль и образ жизни, неординарность и креативность мышления, нестандартность решений, возвышение имиджа и укрепление репутации, способность облагораживать непривлекательные, но продуктивные сферы бизнеса. Технология фандрейзинга. Спонсорский пакет. Соотношение спонсорства, благотворительности и меценатства. «Давать деньги - дело нетрудное и по силам каждому. Но решить: кому их дать и сколько, и когда, и на какие цели, и как – задача нелегкая и не каждому по плечу». (Аристотель). Положительный опыт западных стран – США, Великобритании, Франции, Австрии, Италии. Позиция западного бизнеса: «Поддерживая искусство, Вы помогаете своему бизнесу». Вопросы социальной ответственности бизнеса и развитие социокультурных проектов. Отчеты крупных корпораций по социальной ответственности. Механизм реализации инвестиций в культуру через собственные или коалиционные фонды. Фандрейзинг в России. Фандрейзер – специфическая профессия. Востребованность фандрейзеров в мире и особенно в России. Создание краудфандинговых платформ и эндаументов.

## **Тема 7. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КУЛЬТУРЕ**

Аренда и лизинг в художественном творчестве разных видов. Международная и внутринациональная кооперация в исполнительских и неисполнительских искусствах. Артотеки, арт-резиденции (новое пансионерство), арт-интервенции (новая форма внебюджетного финансирования) как мировой тренд. Изменение организационных структур и аудит приоритетов.

\*\* Наличие учебной программы носит рекомендательный характер, определяется объемом программы, требованиями заказчика и т.д.

#### **4. Материально-технические условия реализации программы**

**Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства (подлежит обновлению при необходимости)**

**При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используется следующее программное обеспечение:**

- Операционная система Windows 7;
- Интегрированный пакет прикладных программ Microsoft Office 2010 (Access, Excel, PowerPoint, Word и т.д.)
- Цифровая платформа ZOOM как средство технического обеспечения онлайн-формата образовательных коммуникаций

#### **5. Учебно-методическое обеспечение программы**

##### **ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА**

Оганов А. А. Хангельдиева И. Г. Теория культуры. – СПб.: Планета музыки. – 2020.// Глава 12. Управление культурой. //

- Культурная политика
- Специфика управления культурой
- Мировой опыт многоканального финансирования культуры
- Краудфандинг - технология софинансирования проектов
- Аренда и лизинг и копродукция в сфере культуры и искусства

Хангельдиева И.Г. Портал Ломоносов// <http://www.lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:0129300:article>

- [Арт-рынок: полифункционализм и полифонизм основных субъектов\\*](#)
- [Информационная функция арт-рынка](#)
- [Посредническая функция арт-рынка](#)
- [Ценообразующая функция арт-рынка](#)
- [Регулирующая функция арт-рынка](#)
- [Стимулирующая функция арт-рынка](#)
- [Инфраструктура арт-рынка](#)

## ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Абанкина Т., Дергачев П. Эффект «болезни цен»: сравнительный анализ высшего образования и сферы культуры//2014.02.18.pdf// Университетское управление: практика и анализ, № 4-5 (92-93), 2014 — С. 52-65
2. Арт 2 В& В 2 Арт: или о то, что такое арт-рынок и как он работает. Часть 1. Арт-рынок от истоков до наших дней//коллективная монография// Хангельдиева., Чаган Н.Г., Катина Н. П., Карцева Е. А.// Русский мир и ИПЦ "Жизнь и мысль" Москва, 2016. - 304 с.
3. Артфанзрейзинг. М.: МУМ - 2002.// под научной редакцией проф. И. Хангельдиевой.
4. Баумоль У., Боуэн У. Исполнительское искусство: экономическая дилемма. М.: - 1966.
5. Долгин А. Б. Экономика символического обмена. – М.: Практика, 2006.
6. издательство МОО ФРНК (Тамбов), 2017 № 1 ., с. 45-51
7. Каменец А. В. Культурная политики и современная социокультурная ситуация //Ориентиры культурной политики. М., 1994.
8. Кентавр: Э. Неизвестный об искусстве, литературе, философии. М. 1992.
9. Колбер Ф., Нантель Ж., Билодо С., Дэннис Рич Дж.// Маркетинг культуры и искусства [Текст]: монография / Ф. Колбер при участии Ж. Нантеля, С. Билодо, Дж. ... Л. Г. Мочаловой; Науч. ред. М. А. Неймарк. - 2-е изд. - СПб. : АРТ-пресс, 2004.
10. Котлер Ф. Дж. Шефф. Все билеты проданы. Маркетинговые стратегии исполнительских искусств. М., 2004
11. Культура и бизнес: формулы сотрудничества. (Материалы исследований). Серия культурные стратегии. Экспертный клуб. Культура и культурная политика. Культура и экономика: поиск новых моделей взаимодействия. Выпуск 4. - М., 2007.
12. Культура и рынок: современные тенденции. – М.: 2009 / составитель и научный редактор проф. И. Хангельдиева.
13. Культурная политика России. История и современность. Серия: Ориентиры
14. Лендри Ч. Креативный город. М.: «Классика XXI-век» - 2018.
15. Мак-Идрой Э. Культура и бизнес. Серия культурные стратегии: пер. с англ. М. «Классика XXI-век», 2015.
16. Международный копродукционизм, аренда и лизинг в современном искусстве
17. Оганов А. А., Хангельдиева И.Г. Мировой опыт многоканального финансирования культуры 0,5 п.л. РАГС – Владимир, 2006.
18. Оганов А.А., Хангельдиева И.Г. Теория культуры. – СПб: Планета музыки. – 2019.- 580 с.
19. Предпринимательство в культуре и культура предпринимательства. М., 2005.
20. Прикладная культурология. М.: Профиздат. - 2009.
21. Прикладная культурология: калейдоскоп идей. М.- 2010
22. Рубинштейн А. Я. Могут ли исполнительские искусства быть прибыльными? //Вопросы теоретической экономики. - 2017
23. Социокультурный менеджмент на рубеже тысячелетий. М., 2000.
24. Тамбовцев В. Л. Причины «болезни издержек» Баумоля: низкая производительность или культурные стереотипы?. [www.econorus.org](http://www.econorus.org). Дата обращения: 8 апреля 2021.//Журнал НЭА № 2(14),2012 — С.132-134

25. Тоффлер А. Столкновение с будущим. // Иностранная литература. 1972, №3.
26. Управление культурой в рыночной экономике. СПб., 2000.
27. Управление культурой и современными коммуникациями: предпринимательство в культуре. // Коллективная монография в 2-х томах. Т.1. под редакцией И.Г. Хангельдиевой и Н.Г. Чаган - Русайнс Москва, 2015. - 336 с; Т.2. -196 с.
28. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М., 2005
29. Хангельдиева И.Г. // в журнале Глобальный научный потенциал,
30. Хангельдиева И.Г. «Good name» - стратегический ресурс развития предпринимательства или о культуре предпринимательства// Предпринимательство в культуре и культура предпринимательства. М., 2005.
31. Хангельдиева И.Г. Артотеки - форма современной институализации арт-рынка//
32. Хангельдиева И.Г. Арт-резиденция как инновационный субъект современного арт-рынка//в сборнике Social and cultural institutions in the modern world. Materials of the V international scientific conference on April 22–23, 2017, место издания Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» Prague, с. 33-35
33. Хангельдиева И.Г. Арт-рынок//Фонд знаний «Ломоносов», М.: 2011. -том 24, с.1-с. 24
34. Хангельдиева И.Г. Изобразительное искусство и современные технологии расширения целевых аудиторий// В сборнике: Художественные парадигмы в эпоху социальной турбулентности// Материалы Международного научно-практического форума. В 2-х томах. Под редакцией В.И. Ионесова. 2019, место издания Самарский государственный институт культуры, Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "Согласие" Самара, с. 530-543
35. Хангельдиева И.Г. Китайская модель арт-рынка и причины ее феноменальной результативности//в журнале Перспективы науки, издательство МОО ФРНК (Тамбов), 2017. - том 1, № 88, с. 88-95
36. Хангельдиева И.Г. Копродукция в международном театральном партнерстве//
37. Хангельдиева И.Г. Международное партнерство в исполнительских искусствах//в журнале Глобальный научный потенциал, издательство МОО ФРНК (Тамбов), 2015. - № 9, с. 83-89
38. Хангельдиева И.Г. Международный копродукционизм, аренда и лизинг в современном искусстве.//в журнале Обсерватория культуры, издательство Рос. гос. б-ка М., 2016 том 1, № 2, с. 167-175
39. Хангельдиева И.Г. Особенности формирования художественных брендов в современной России// Артмаркетинг. – 2006 .
40. Хангельдиева И.Г. Современный музей в условиях конкурентной среды: трансформация функций и принципов деятельности// в журнале *Aesthetica Universalis/ Специальный выпуск - Москва: МГУ имени М.В.Ломоносова: философский факультет: кафедра эстетики: - 2019. - № 3 (7), с. 176–193*
41. Хангельдиева И.Г. Современный музей в условиях конкурентной среды: трансформация функций и принципов деятельности// в журнале. - С. 176-193, № 3 (7), с. 176–193
42. Хангельдиева И.Г. Специфика социокультурных и художественных коммуникаций в контексте арт-рынка// в журнале 2011 № 13, с. 132-150.
43. Хангельдиева И.Г. Творческие кластеры Москвы – предмет социокультурного анализа. Май 2006.

44. Хангельдиева И.Г. Коммерциализация культуры в России// в журнале Экономические стратегии, издательство Ин-т экон. стратегий (ИНЭС) М.: 2010. - № Вып.4, с. 57–77
45. Хангельдиева И.Г., Катина Н.П. Современный музей в предлагаемых обстоятельствах: универсалии и национальная специфика// в журнале Вопросы культурологии, издательство Панорама М.: 2010 № 4, с. 72-80
46. Экономика культуры// Отв. Реактор А. Я. Рубинштейн. – М., 2005

**Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем (подлежит обновлению при необходимости)**

- [Электронная библиотека диссертаций РГБ](#)
- [Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU](#)
- [Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА»](#)
- Российская государственная библиотека искусства// <http://liart.ru/ru/>

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

- Центральный официальный портал Российской Федерации – сайт «Официальная Россия», размещенный по адресу <http://gov.ru>.
- Образовательные ресурсы сети Интернет <http://book.kbsu.ru>; <http://koob.ru>; <http://ihtik.lib.ru>; <http://elibrary.ru>.
- Федеральный портал «Российское образование» [www.edu.ru](http://www.edu.ru);
- Образовательные ресурсы сети Интернет <http://book.kbsu.ru>;
- Министерство образования и науки [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mon.gov.ru/>
- YouTube <https://www.youtube.com/>

**6. Требования к результатам обучения**

Итоговая аттестация может проводиться двояко:

а) в форме итогового реферата, итоговой презентации, мультимедийной творческой работы (видео), тематика для которых представлена ниже, тематика может быть скорректирована по договоренности с руководителем курса повышения квалификации.

**Защита рефератов и других итоговых заданий проводится на цифровой платформе ZOOM в онлайн-формате**

**ТЕМАТИКА ИТОВЫХ РЕФЕРАТОВ**

1. Феномен культурной политики
2. Культура как сфера менеджмента
3. Культура и бизнес: перспективы взаимодействия
4. Концепция креативного класса Р. Флориды
5. Есть ли в России креативный класс?
6. Креативный город – концепция Ч. Лендри
7. Феномен креативных территорий
8. Культура как ресурс развития территорий
9. Феномен творческой экономики
10. Творческие индустрии – явление современной культуры и бизнеса

11. Феномен творческих кластеров
12. Британская модель творческих кластеров
13. Московские и региональные творческие кластеры
14. Некоммерческие организации культуры в России
15. Коммерческий социокультурный сектор России: проблемы и перспективы
16. Феномен калужской деревни Никола Ленивец
17. Культура и бизнес: идеи партнерства
18. Спонсорство в России
19. Фандрейзинг – основные инструменты
20. Отчеты по социальной ответственности бизнеса – актуальный материал для фандрейзеров.
21. Аренда и лизинг в искусстве
22. Феномен артотек
23. Феномен арт-резиденций
24. Явление арт-инвестиций
25. Эндаументы в культуре и искусстве

Шкала	Критерии оценивания
зачтено	<p>Полная, четкая характеристика научных понятий и знание теоретического материала, умение привести примеры в соответствии с прослушанным лекционным курсом, успешное выполнение заданий инвариантной и вариативной самостоятельной работы.</p> <p>Слушатель проявил знание программного материала, демонстрирует сформированные умения и навыки, указанные в программе компетенции.</p> <p>Допустимы некоторые погрешности при ответе, но они не носят принципиального характера.</p>
не зачтено	<p>В знаниях обучающегося имеются значительные пробелы, при анализе понятий и явлений допускаются принципиальные ошибки.</p> <p>Слушатель не умеет четко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирует низкий уровень овладения необходимыми компетенциями..</p>

б) или по балльно-рейтинговой системе (шкала приводится ниже)

При оценке сформированности умений и навыков учитывается работа слушателей на занятиях, а также выполнение ими самостоятельной работы.

## 7. Составители программы

Хангельдиева Ирина Георгиевна, доктор философских наук, профессор факультета педагогического образования МГУ