

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Сущность социокультурной деятельности.
2. Функции и принципы социокультурной деятельности.
3. Социокультурная среда.
4. Особенности социокультурной деятельности.
5. Игра в сфере культурно-досуговой деятельности.
6. Субъекты социокультурной деятельности.
7. Элитарная и массовая культура.
8. Продюсирование как социокультурный феномен.
9. Этапы становления продюсирования.
10. Массовое производство: старый и новый стиль.
11. Философия менеджмента.
12. Кризис концепции единого управления.
13. Новые технологии арт-менеджмента.
14. Роль межкультурной компетенции в деятельности продюсера.
15. Предпосылки возникновения продюсерской деятельности.
16. Технические и коммуникативные возможности тиражирования произведений искусства.
17. Основные факторы развития современной культурной индустрии.
18. Экономика города и создание творческой среды.
19. Трансмедиа-сторителлинг: границы и перспективы.
20. Проблема «культурного доминирования».
21. Проблема определения правового статуса продюсера в странах англо-американского права.
22. Понятие ответственного лица за организацию процесса создания и продвижения культурного продукта.
23. Субъекты интеллектуального права.
24. Авторское право.
26. Профессиональная этика продюсера.
27. Этические нормы продюсера.
28. Функции социального времени.
29. Человеческие потребности в культурно-досуговой деятельности.
30. Саморегуляция и социальная направленность деятельности.
31. Регулирование современных культурных процессов.
32. Организационная культура и корпоративное управление.
33. Социокультурная адаптация личности к изменениям в экономической секторе.
34. Закономерности развития социокультурной системы.
35. Новые парадигмы государственного управления в культуре.
36. Новое организационно-культурное пространство.
37. Правовой статус учреждений культуры.
38. Причины кризиса киноиндустрии.
39. Трансформация шоу-бизнеса.
40. Цифровизация и новая коммуникационная структура общества.
41. Понятие «non-stop culture», «мультимедиа», «кроссмедиа» и «трансмедиа».
42. Продюсирование «истории» как основная медиатеchnология творческой индустрии.
43. Инструменты постмодернизма и продвижение культурных продуктов.
44. Сущность проекта и социокультурного проектирования.
45. Технологические новации социокультурного проектирования.
46. Значение социокультурного воспитательного пространства в социокультурном проектировании образования.
47. Формирование межкультурной компетенции средствами социокультурной деятельности.

48. Культурная индустрия как система интенсивных технологий потребления культурных продуктов и услуг.

49. Массовая культура и культурные индустрии.

50. Особенности ведения деловых переговоров в арт-менеджменте