

## ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольная работа выполняется студентами **заочной формы обучения**.

### **Требования к выполнению контрольной работы:**

Работа делается в тетради на 18 листов или на 10-15 листах формата А-4.

Для выполнения задания необходимо изучить литературу по теме и оформить ее в соответствии с планом. Изложение должно отличаться композиционной четкостью, логичностью, грамотностью.

## III КУРС

### **Вариант 1.**

1. Социально-культурная сегментация (VALS, Europanel-GFK).
2. Особенности арт-менеджмента Луганщины.
3. Развитие художественно-эстетической деятельности в современном мегаполисе.
4. Define concepts: target setting and planning, management activity system.

### **Вариант 2.**

1. Качества арт-менеджера (художественный аспект, организационный, маркетинговый и финансовый).
2. Особенности формирования культурной политики в XXI веке
3. Особенности становления арт-индустрии за рубежом.
4. Define concepts: management object, personnel management and personnel policy.

### **Вариант 3.**

1. Технологии продвижения арт-продукта.
2. Rational type strategies.
3. Особенности организации коммуникативного информационного пространства сферы искусства.
4. Define concepts: an innovation in the art business, the imitation strategy, strategic design.

### **Вариант 4.**

1. Арт-стратегии как элемент городского развития.
2. Emotional type strategies.
3. Инновационные стратегические проекты в арт-бизнесе.
4. Define concepts: an innovative project, the defensive strategy, the absorbing strategy.

### **Вариант 5.**

1. Массовое искусство и массовая культура.
2. Особенности формирования культурной политики в XXI веке.
3. Концертная деятельность.
4. Define concepts: art market, art industry, artistic and aesthetic activities, management.

### **Вариант 6.**

1. Методы управления театральными организациями.
2. Арт-менеджмент в структуре этнокультурной деятельности.
3. Этапы продвижения арт-продукта на рынок.
4. Define concepts: project, project management, promotional activities.

### **Вариант 7.**

1. Промоутерская деятельность арт-менеджера.
2. Понятие «авторское право» в Законе «Об авторских и смежных правах» ЛНР.
3. Звукозапись в условиях технологического переворота.
4. Define concepts: intellectual property, culture, cultural product.

## IV КУРС

### ***Вариант 1.***

1. Профессиональные функции руководителя в сфере арт-индустрии.
2. Культурная политика и гастрольная деятельность.
3. Классификация клубов.
4. Define concepts: art industry, art market, digital society.

### ***Вариант 2.***

1. Феномен клуббинга в современной досуговой культуре.
2. Сценический имидж эстрадных певцов.
3. Структура бизнес-плана для творческого коллектива.
4. Define concepts: image, types of image, stage image.

### ***Вариант 3.***

1. Арт-стратегии как элемент городского развития.
2. Эмоциональные стратегии.
3. Инновационные стратегические проекты в арт-бизнесе.
4. Define concepts: advertising, advertising technologies, art strategy.

### ***Вариант 4.***

1. Технологии привлечения внебюджетных источников финансирования.
2. Альтернативные пути развития арт-рынка (на примере Норвегии).
3. Планирование в учреждениях культуры и его основные виды.
4. Define concepts: planning, control, business plan.

### ***Вариант 5.***

1. Структура современного арт-рынка.
2. Культурная политики США и Канады.
3. Практика ресурсного менеджмента.
4. Define concepts: human resources, creative resources, market models.