

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Б1.В.ДВ.11.01 Феномен современного арт-рынка»

Объем трудоемкости ОФО: 2 ЗЕТ (72 часа, из них – 24,2 ч. аудиторной нагрузки: практических 24 ч.; 0,2 ч. ИКР, 47,8 ч. самостоятельной работы)

Цель дисциплины: целью дисциплины «Феномен современного арт-рынка» является получение навыков ориентирования на современном арт-рынке.

Задачи дисциплины:

- ☐ Познакомить студентов со спецификой формирующегося арт-рынка России
- ☐ Изучить зарубежный опыт медийного описания арт-рынка
- ☐ Рассмотреть основные направления развития современного арт-рынка

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина «Б1.В.ДВ.11.01 Феномен современного арт-рынка» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Дисциплина основывается на положениях таких дисциплин как "Журналистика как социокультурный феномен", "История искусств в контексте медиа", "Арт-критика". В свою очередь "Феномен современного арт-рынка" является предшествующей следующим дисциплинам: "Специализированные арт-издания", "Разработка концепции арт-издания", "Брендинг и ребрендинг в культуре".

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-7, ПК-7

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ОПК-7	готовностью учитывать значение экономических факторов в деятельности медиапредприятий, эффективно использовать знания медиаэкономики в профессиональной деятельности	особенности и принципы организации деятельности средств массовой информации (СМИ) в условиях рыночной экономики; актуальные проблемы медиаэкономики; экономические основы труда журналистов, бюджет редакции СМИ; рынок информационных продуктов и услуг	использовать полученные знания в практической профессиональной деятельности; самостоятельно анализировать экономическую деятельность и процессы, протекающие в российских СМИ; обобщить теоретические основы и практические задачи менеджмента и маркетинга информационных продуктов	ключевыми понятиями базовыми категориями основ менеджмента и маркетинга информационных продуктов
				а информационных продуктов	

2.	ПК-7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	основы функционирования современных европейских СМИ	использовать полученные знания профессиональной деятельности и коммуникации, межличностном общении; самостоятельно анализировать научную литературу; ориентироваться в деятельности средств массовой информации на европейском информационном рынке	способностью к коммуникации в отечественной и международной профессиональной сферах, способностью к критике и работе в коллективе
----	------	---	---	---	---

Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в 1 семестре (для студентов ОФО)

	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа	Внеаудиторная работа		
				Л	ПЗ Л Р	СРС
	2	3	4	5	6	7
	Особенности арт-пространства дореволюционной России	12		4		8
	Изменение структуры артпространства в советский период	12		4		8
	Европейская система формирования артпространства	12		4		8
	Американская система формирования артпространства	12		4		8
	Проблема перемещения музейных ценностей в годы Первой и Второй мировой войны	12		4		8
	Современный арт-рынок в России	12		4		8
	<i>Итого по дисциплине:</i>			24		48

Курсовые проекты или работы: не

предусмотрены Вид аттестации: зачет

Основная литература:

1. Суворов Н.Н. Галерейное дело. Обращение произведений искусства: Учебное пособие. - Спб.: Издательство «Лань»; Издательство «Планета музыки», 2015. - 288 с. - Режим доступа — URL: <https://e.lanbook.com/reader/book/56601/#2>

2. Щурина С.В. Инвестиции в искусство финансовые риски и оптимизация вложения капитала : монография / С.В. Щурина. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. - 91 с. - Режим доступа — URL: <https://e.lanbook.com/reader/book/70517/#2>

Автор РПД: д.филол.н., профессор Лучинский Ю.В.