

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«**Российский государственный гуманитарный университет**»  
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ИСТОРИИ ИСКУССТВА  
Кафедра кино и современного искусства

## **ОСНОВЫ ГАЛЕРЕЙНОГО ДЕЛА**

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

---

50.04.04 «Теория и история искусств»

*Код и наименование направления подготовки*

---

«Арт-менеджмент и галерейное дело»

*Наименование направленности (профиля)*

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Основы галерейного дела  
Рабочая программа дисциплины

УТВЕРЖДЕНО  
Протокол заседания кафедры  
№ 16 от «22» ноября 2024 г.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>1. Пояснительная записка .....</b>	<b>4</b>
1.1. Цель и задачи дисциплины .....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций .....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы .....	5
<b>2. Структура дисциплины .....</b>	<b>6</b>
<b>3. Содержание дисциплины.....</b>	<b>7</b>
<b>4. Образовательные технологии.....</b>	<b>12</b>
<b>5. Оценка планируемых результатов обучения .....</b>	<b>13</b>
5.1. Система оценивания .....	13
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине .....	14
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	15
<b>6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....</b>	<b>16</b>
6.1. Список источников и литературы.....	16
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	16
6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы .....	17
<b>АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>21</b>

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - ознакомление учащихся с основами галерейного бизнеса, дать понимание значение и роли галерей на первичном арт-рынке продвижения художника, обосновать не только коммерческую, но и культурную функцию галереи, как культурного посредника.

Задачи дисциплины (модуля):

- Изучить этапы, которые прошло галерейное дело на пути к современному состоянию;
- Изучить причины, которые способствовали изменениям в функционировании галерейного дела в России с 90-х годов XXI века до наших дней;
- Изучить основные сведения о работе в галерее и другими формами деятельности, связанной с произведениями изобразительного искусства;
- Дать представление об этапах построения отношений с художниками и организации различных проектов, связанных с их продвижением;
- Познакомить учащихся с базовыми аспектами создания и управления галерей современного искусства.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-4 способен к осуществлению историко-культурных, краеведческих функций, функций по сохранению, изучению, пропаганде художественного наследия в деятельности организаций и учреждений культуры (федеральные органы государственной власти и органы местного самоуправления, музеи, галереи, художественные фонды, архивы)	ПК-4.1 знает функционал и структуру современных учреждений культуры	<i>Знать:</i> основы правовых отношений в сфере культуры; основы защиты авторских и смежных прав и правового регулирования в арт-бизнесе <i>Уметь:</i> оценивать риски и последствия принимаемых организационно-управленческих решений в арт-бизнесе <i>Владеть:</i> навыками работы в команде; методами обоснования стратегических и тактических решений
	ПК-4.2 способен выполнять функции в рамках деятельности учреждений культуры	<i>Знать:</i> основы правовых отношений в сфере культуры; основы защиты авторских и смежных прав и правового регулирования в арт-бизнесе <i>Уметь:</i> оценивать риски и последствия принимаемых организационно-управленческих решений в арт-бизнесе <i>Владеть:</i> навыками работы в

		команде; методами обоснования стратегических и тактических решений
ПК-5 способен к разработке историко-культурных, искусствоведческих, художественных аспектов, аспектов, связанных с всеобщей историей искусства, историей отечественного искусства, сохранением и изучением, а также пропагандой художественного наследия в деятельности информационно-аналитических центров, общественных, государственных и муниципальных учреждений и организаций, СМИ, учреждениях историко-культурного туризма	ПК-5.1 создает необходимую информацию для успешного функционирования учреждений культуры	<i>Знать:</i> современные методы управления и их особенности для арт-индустрии; основы финансового менеджмента и особенности налогообложения для предприятий и организаций в сфере культуры <i>Уметь:</i> проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности в работе над проектом; применять основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач в арт-индустрии <i>Владеть:</i> управленческими навыками ведения бизнеса в сфере культуры; способами разрешения конфликтов в процессе работы над проектом
	ПК-5.2 пропагандирует культурное наследие и достижения мирового и отечественного искусства с использованием современных СМИ, в том числе сетевых	<i>Знать:</i> современные методы управления и их особенности для арт-индустрии; основы финансового менеджмента и особенности налогообложения для предприятий и организаций в сфере культуры <i>Уметь:</i> проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности в работе над проектом; применять основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач в арт-индустрии <i>Владеть:</i> управленческими навыками ведения бизнеса в сфере культуры; способами разрешения конфликтов в процессе работы над проектом

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) «Основы галерейного дела» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: Арт-менеджмент, История выставочной деятельности, Основы аукционной деятельности/Правовая деятельность в сфере арт-менеджмента.

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Специфика международного арт-рынка и особенности арт-рынка в России, История и теория арт- критики, Педагогическая практика.

## 2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 академических часов.

### Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
2	Лекции	20
2	Семинары	20
Всего:		40

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 104 академических часа(ов).

### Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
2	Лекции	16
2	Семинары	16
Всего:		32

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 112 академических часа(ов).

### Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	8
4	Семинары	8
Всего:		16

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 128 академических часа(ов).

#### Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Типология галерей	<p>Определение и специфика художественной галереи.            Принципы функционирования галерей. Виды галерей.            Функции галереи.</p>
2.	Маркетинг галерей	<p>Составляющие бренд-бука галереи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● название галереи;</li> <li>● миссия (в чем смысл существования галереи?);</li> <li>● формирование истории легенды создания галереи (кем, когда?) — придает солидность, надежность;</li> <li>● разработка фирменного стиля и логотипа;</li> <li>● создание и наполнение сайта галереи;</li> <li>● дизайн полиграфических материалов (афиши, пригласительные, баннеры для сайта и соцсетей, видеопродукция);</li> <li>● производство сувенирной продукции и мерча.</li> </ul> <p>Организация рекламы галереи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● вывеска галереи (использует фирменный стиль) — призвана привлечь внимание гостей и прохожих;</li> <li>● возможно навигация в районе;</li> <li>● наружная реклама;</li> <li>● реклама в соцсетях (разработка видеоролика для размещения в соцсетях (в т. ч. платного), акции и флэшмобы в соцсетях, разработка хэштегов и подписей);</li> <li>● реклама в профильных СМИ;</li> <li>● контакты с турагентствами, размещение в путеводителях;</li> <li>● media-relations СМИ.</li> </ul> <p>При разработке концепции позиционирования необходимо учитывать три фактора:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● целевая группа потребителей, для которых разрабатывается бренд;</li> <li>● назначение, польза и выгода для потребителя, которые он получит при взаимодействии с брендом;</li> <li>● преимущества (чем бренд лучше существующих аналогов).</li> </ul> <p>Наиболее подходящим для галерейной деятельности является маркетинг взаимоотношений.</p> <p>Принципы маркетинга взаимоотношений:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● длительное взаимодействие предпочтительнее, чем отдельные, пусть и выгодные транзакции;</li> <li>● удержание потребителей предпочтительнее, чем привлечение новых;</li> <li>● нацеленность на прибыльных потребителей в</li> </ul>

		<p>долгосрочной перспективе;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● внимательное отношение к партнеру, получение обратной связи — инструмент возможной коррекции отношений.</li> </ul> <p>Галереи можно классифицировать по:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● направлениям и временным периодам;</li> <li>● видам, жанрам искусства;</li> <li>● по наличию/отсутствию физического пространства или его специфике;</li> <li>● галереи арт-проекты, анти-галереи;</li> </ul>
3.	<p>Форма собственности, структура управления, доходов и расходов галереи</p>	<p>Требования для вступления в Ассоциацию галерей:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● деятельность галереи не менее одного года;</li> <li>● наличие собственного пространства и анонсированные часы работы;</li> <li>● не менее четырех выставочных проектов в год;</li> <li>● сформированный пул художников галереи, которые представлены на сайте;</li> <li>● активное участие галереи в медиа-пространстве (социальные сети, публикации в СМИ).</li> </ul> <p>Основные подсистемы в деятельности галереи: Руководитель (галерист-основатель).</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● формирует миссию, цель, задачи галерейной деятельности;</li> <li>● определяет целевые рынки и позиционирование;</li> <li>● осуществляет отбор художников;</li> <li>● занимается стратегическим планированием и контролем.</li> </ul> <p>Отдел продаж: В задачи менеджера по продажам галереи входит:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ведение базы данных коллекции галереи;</li> <li>● мониторинг актуальных цен;</li> <li>● сотрудничество с маркетплейсами для продажи искусства;</li> <li>● работа с художниками и коллекционерами по поиску необходимых произведений;</li> <li>● поддержание отношений с существующими и потенциальными коллекционерами, покупателями;</li> <li>● оформление сделок, заключение договоров;</li> <li>● взаимодействие с корпоративными клиентами.</li> </ul> <p>Искусствоведческое направление: Искусствоведческий отдел контролирует поддержание высокого культурного уровня представленных произведений. Куратор-искусствовед занимается работой с коллекцией и подготовкой выставок, подчиняясь директору галереи, отвечая за:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● комплектование хранилища;</li> <li>● каталогизацию коллекции;</li> <li>● оформление грамотно оформленной экспозиции;</li> <li>● планирование экскурсионной деятельности;</li> </ul> <p>подготовку текстов для сайта и в рамках издательской программы;</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>● экспертные заключения;</li> <li>● образовательную программу.</li> </ul> <p>PR и реклама галереи:</p> <p>Галереи, как правило, не могут позволить себя массивную рекламную кампанию и вынуждены уделить много внимания пиару. Привлечь внимание журналистов музейной выставке значительно проще, чем выставке в коммерческой галерее. Поэтому пиар-сотрудник галереи должен иметь собственную базу СМИ, теплые контакты с журналистами, чтобы издания поддерживали выставочные проекты информационно, желательно в рамках регулярного информационного партнерства. Задачи пиар-менеджера галереи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● наполнение сайта;</li> <li>● ведение корпоративной почты;</li> <li>● подготовка и рассылка пресс-релизов;</li> <li>● медиа-посредничество, в т. ч. организация съемок, проведение интервью, привлечение блогеров;</li> <li>● организация пресс-мероприятий — пресс-показов, пресс-завтраков, пресс-туров;</li> <li>● написание тезисов выступлений для руководства;</li> <li>● привлечение партнеров, в т. ч. госструктуры;</li> <li>● фандрайзинг, в том числе работу с спонсорами, а также краудфандинг.</li> </ul> <p>Рекламная деятельность галереи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● размещение рекламы галереи в прессе, на радио, ТВ, ООН;</li> <li>● дизайн и изготовление печатной продукции (афиши, флаеры, баннеры);</li> <li>● создание фото и видео контента (фотограф, оборудование);</li> <li>● SMM, ведение страницы галереи в соцсетях (при участии искусствоведа), разработка акций, конкурсов.</li> </ul> <p>Юридическое сопровождение:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● составление договоров и контрактов;</li> <li>● техническое обеспечение при ввозе/вывозе за границу;</li> <li>● страхование произведений;</li> <li>● курирование правовой базы при подготовке проекта выставки.</li> </ul> <p>Бухгалтерия и финансы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● составление бюджета;</li> <li>● ведение баланса;</li> <li>● регистрация финансовых операций;</li> <li>● создание эндаумента (НКО).</li> </ul> <p>Хозяйственный отдел:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● техническая подготовка выставок (оформление в рамы, развеска, монтаж, демонтаж, освещение, электрика и т. д.);</li> <li>● охрана;</li> <li>● уборка помещения.</li> </ul> <p>Обычно штат галерей не превышает 4–5 человек, не</p>
--	--	--

		<p>считая владельца. Многие функции совмещаются в одном лице. Например, искусствовед-куратор и арт-менеджер, пиар-менеджер и фандрайзер. Многие задачи отдаются на аутсорсинг специализированным агентствам, занимающимся пиаром, логистикой художественных произведений, монтажом и архитектурой выставок.</p>
4.	Разновидности сотрудничества художника и галереи	<p>Галерея играет важную роль в продвижении художника. Часто репутация галереи выше, чем самого художника, и тогда авторитет галереи начинает ассоциироваться с именем художника. Художник заинтересован в работе с галереей, поскольку она выступает посредником между ним и покупателем, обеспечивая продажи и заказы.</p> <p><i>Стандартная галерейная модель</i> подразумевает, что галерист работает с узким кругом художников, занимаясь развитием их карьеры, через:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● организацию выставок, как на площадке галереи, так и за ее пределами;</li> <li>● участие в арт-ярмарках;</li> <li>● продвижение на аукционах;</li> <li>● лоббирование выставок и закупок работ музеями;</li> <li>● подачу заявок на конкурсы, арт-резиденции;</li> <li>● заниматься паблисити художника, организовывая ему публикации и интервью в СМИ;</li> <li>● арт-менеджмент (продакшн работ, транспортировка, хранение, реставрация);</li> <li>● организацию продаж, оформление сделок;</li> <li>● расширение круга коллекционеров;</li> <li>● издание каталогов и прочей печатной продукции;</li> </ul> <p>продюсирование внешних проектов, поиск спонсоров, арт-коллабораций.</p>
5.	Выставочная стратегия галерея	<p>Выставки являются одним из основных способов формирования имиджа художников и репутации галереи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● обращают внимание зрителя к галерее,</li> <li>● формируют лояльность зрительской аудитории к представляемым в галерее авторам,</li> <li>● стимулируют продажи.</li> </ul> <p><b>Виды выставок в галерее:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● персональные;</li> <li>● групповые;</li> <li>● внешние поп-ап или паблик-арт проекты;</li> <li>● онлайн-выставки.</li> </ul> <p>Концептуально выставки можно разделить на:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● арт-проекты (ограниченное во времени и пространстве высказывание художника);</li> <li>● ретроспективные (задача продемонстрировать развитие стиля автора);</li> <li>● тематические выставки (тематика выставки выражается в некой интеллектуальной дискуссии, материалом для которой выступает современное искусство);</li> <li>● экспериментальные выставки, подвергающие</li> </ul>

		<p>переосмыслению язык кураторской практики;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● выставки-блокбастеры (ориентированные на широкую посещаемость зрелищные выставки, как правило вокруг знаковых персон или явлений популярной культуры);</li> <li>● выставки-продажи.</li> </ul> <p><b>Этапы подготовки и проведения выставки в галерее:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● отбор работ для экспозиции;</li> <li>● дизайн экспозиции;</li> <li>● оформление работ в рамы;</li> <li>● печать экспликаций, этикеток;</li> <li>● пиар и реклама выставки;</li> <li>● подготовка каталога (онлайн или печатного);</li> <li>● организация вернисажа и параллельной программы;</li> </ul> <p>осуществление продаж.</p>
6.	Ярмарочная стратегия галереи	<p>Современный галерейный бизнес устроен так, что максимальную прибыль галереи получают на аукционах и ярмарках, так как именно там осуществляются основные продажи.</p> <p>Во-первых, арт-ярмарки — это инструмент продаж. Галереи требуют от ярмарок крупных коллекционеров, в ответ ярмарки расширяют свои VIP программы, в том числе за счет крупных покупателей от галерей участников. Возникает синергетический эффект. Для коллекционеров — это широкое предложение от разных площадок. Для галерей — возможность быть на активном рынке, привлечь новых покупателей, которые являются клиентами галерей-конкурентов.</p> <p>Во-вторых, кроме продаж, ярмарки дают очень хороший имиджевый эффект и нетворкинг. Бренд арт-ярмарки обычно выше и раскрученнее, чем у галереи. Факт участия в ярмарке может существенно повлиять на репутацию самой галереи, особенно если эта галерея — новичок на арт-рынке. Арт-ярмарки — важное событие, их освещают в СМИ, на них приходят <i>сtème de la stème</i>. В том числе знаменитости, чиновники, которых не встретишь на обычных выставках. На арт-ярмарках заводятся важные контакты, в том числе с кураторами и сотрудниками музеев.</p> <p>В-третьих, немаловажный аспект участия в ярмарках — это получение обратной связи, сбор инсайтов относительно искусства представленного в галерее.</p> <p>Результаты участия в ярмарке могут проявиться и через какое-то время, коллекционеры, экспертное сообщество могут наблюдать за тем, как развивается галерея или художник, которого она представляет. Поэтому цель участия в ярмарках развитие долгосрочных отношений и партнерств с арт-профессионалами и коллекционерами.</p> <p>Чтобы принять участие в ярмарке, галерея подает предварительную заявку на участие, обычно по стандартной форме. У всех крупных ярмарок существует экспертный совет. Информация о его членах может быть представлена на сайте, или ее без труда можно найти в СМИ. Именно</p>

		<p>экспертный совет отбирает, соответствует ли заявка уровню арт-ярмарки.</p> <p>Продвижение российских галерей на международный арт-рынок, не обязательно западноевропейский, но и азиатский или ближневосточный, невозможно без участия в проводимых там арт-ярмарках.</p>
--	--	--

### 3. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Типология галерей	<p>Лекции</p> <p>Семинары</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Вводная лекция</p> <p>Развернутая беседа по вопросам семинарского занятия, обсуждение доклада</p> <p>Подготовка к семинару, подготовка доклада</p>
2.	Маркетинг галерей	<p>Лекции</p> <p>Семинары</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Вводная лекция</p> <p>Развернутая беседа по вопросам семинарского занятия, обсуждение доклада</p> <p>Подготовка к семинару, подготовка доклада</p>
3.	Форма собственности, структура управления, доходов и расходов галереи	<p>Лекции</p> <p>Семинары</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Проблемная лекция</p> <p>Развернутая беседа по вопросам семинарского занятия, обсуждение доклада</p> <p>Подготовка к семинару, подготовка доклада</p>
4.	Разновидности сотрудничества художника и галереи	<p>Лекции</p> <p>Семинары</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Проблемная лекция</p> <p>Развернутая беседа по вопросам семинарского занятия, обсуждение доклада</p> <p>Подготовка к семинару, подготовка доклада</p>
5.	Выставочная стратегия галереи	<p>Лекции</p> <p>Семинары</p>	<p>Проблемная лекция</p> <p>Развернутая беседа по вопросам семинарского занятия, обсуждение доклада</p>

		Самостоятельная работа	Подготовка к семинару, подготовка доклада
6.	Ярмарочная стратегия галереи	Лекции	Проблемная лекция
		Семинары	Развернутая беседа по вопросам семинарского занятия, обсуждение доклада
		Самостоятельная работа	Подготовка к семинару, подготовка доклада

#### 4. Оценка планируемых результатов обучения

##### 4.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - участие в дискуссии на семинаре - доклад	5 баллов 30 баллов	30 баллов 30 баллов
Промежуточная аттестация экзамен		40 баллов
<b>Итого за семестр</b>		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

## 4.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетв орительно»/ «зачтено (удовлетв орительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

#### 4.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

##### Примерный перечень контрольных вопросов:

1. Какие этапы прошло галерейное дело на пути к современному состоянию и какие причины способствовали этим изменениям?
2. Какие типы галерей вы знаете?
3. Что в себя включает структура управления галерей?
4. Какое место галерея занимает на арт-рынке?
5. Почему в основе галерейного бизнеса лежит маркетинг взаимоотношений?
6. Роль арт-галереи в продвижении художника?
7. Какие виды взаимодействия существуют между галерей и фондом?
8. Перечислите основные галереи в вашем городе?
9. Какое значение в галерейном бизнесе занимают арт-ярмарки, как происходит сотрудничество галереи и ярмарки?
10. С какими основными трудностями сталкиваются владельцы галерей?
11. Каким этическим принципам должен придерживаться галерист?

##### Примерные темы докладов по дисциплине:

1. Французский галерейный бизнес в XIX веке
2. Культовые галереи XX века
3. Первые галереи - становление российского арт-рынка в 1990-е
4. Мега-галереи и их роль на мировом арт-рынке

5. История и специфика галерейного бизнеса Санкт-Петербурга
6. История и специфика галерейного бизнеса Москвы

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1. Список источников и литературы

#### Литература

#### Источники

Ассоциация Галерей России [Электронный ресурс] <https://agarussia.art/>

#### Основная

Карцева Е.А. Выставочное и галерейное дело (Второе издание, исправленное и дополненное) Москва, 2023

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=706875>

#### Дополнительная

Долганова Е. А. Культурологический анализ форм продвижения художника на арт-рынок автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата культурологии, специальность 24.00.01 Долганова Екатерина Александровна; [Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова]. — Москва 2011. — 25 с.; 21.

Режим доступа: [https://rusneb.ru/catalog/000200\\_000018\\_RU\\_NLR\\_bibl\\_1873698/](https://rusneb.ru/catalog/000200_000018_RU_NLR_bibl_1873698/)

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

East View - Представлены [академические журналы](#) по гуманитарным (филологические науки; философия; литература; культура; искусство; история; география; политика) и естественным наукам

Grouve Art Online - всесторонний и авторитетный онлайн ресурс по истории изобразительных искусств.

JSTOR - полнотекстовая база данных англоязычных научных журналов.

### 6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

Консультант Плюс

Гарант

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обучающихся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам по истории искусства. Это необходимо для самостоятельной работы с источниками, подготовки к семинарам и написанию реферата.

Занятия по дисциплине проводятся в лекционных аудиториях с медийным оборудованием. Самостоятельная работа студентов проходит в специальных помещениях: Читальный зал библиотеки, Режим работы: понедельник-пятница 10.00-20.00, суббота 10.00-17.00., которые оборудованы персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет», а также имеют доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Перечень лицензионного программного обеспечения, используемого на лекционных и семинарских занятиях: Microsoft Office – Лицензия № 40001532 от 31.12.2007; Adobe Acrobat – Лицензия № 1118-1003-5566-8837-8180-7067 от 2010 г.

## **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## 9. Методические материалы

### 9.1. Планы семинарских занятий

#### Тема 1. Типология галерей

Вопросы для обсуждения:

1. Какую роль играют галереи на арт-рынке?
2. В чем художественная выставка — проект творческий, а в чем коммерческий?
3. Перечислите подходы к классификации художественных выставок.
4. Назовите примеры и формы джентрификации, какую роль в их могут сыграть художественные галереи.

Задание:

проанализировать конкурентную среду галерей в вашем городе по следующей схеме:

#### Анализ конкурентной среды

критерии	конкурент 1	конкурент 2	конкурент 3
1	2	3	4
месторасположение			
дизайн галереи			

предложение и ценообразование			
количество выставок в год			

Список литературы:

**Источники**

Ассоциация Галерей России [Электронный ресурс] <https://agarussia.art/>

**Основная**

Карцева Е.А. Выставочное и галерейное дело (Второе издание, исправленное и дополненное) Москва, 2023

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=706875>

**Тема 2. Маркетинг галерей**

задание:

разработайте позиционирование галерей стартапа:

1. формат (краткое описание)
2. расположение (онлайн/офлайн -- посмотреть, какие есть помещения и сколько стоят)
3. количество и примерно каких художников представляете (начинающих, среднего уровня карьеры, дайте примеры произведений)
4. целевые аудитории покупателей (можно по 5 вопросной схеме - кто, что, почему, когда, где)

Список литературы:

**Источники**

Ассоциация Галерей России [Электронный ресурс] <https://agarussia.art/>

**Основная**

Карцева Е.А. Выставочное и галерейное дело (Второе издание, исправленное и дополненное) Москва, 2023

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=706875>

**Тема 3. Форма собственности, структура управления, доходов и расходов галереи**

Задание: распишите план затрат на организацию галереи на первый год

- расходы на деятельность
- ожидаемые доходы
- программа развития галереи через внешние проекты
- пиар-каналы,
- потенциальные партнеры галереи риски, что может помешать развитию галереи или привести к ее закрытию

Список литературы:

**Источники**

Ассоциация Галерей России [Электронный ресурс] <https://agarussia.art/>

**Основная**

Карцева Е.А. Выставочное и галерейное дело (Второе издание, исправленное и дополненное) Москва, 2023

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=706875>

## **Тема 4 Разновидности сотрудничества художника и галереи**

Задание:

Подготовка документации выставки:

составьте шаблон договора сотрудничества галереи и художника

Список литературы:

### **Источники**

Ассоциация Галерей России [Электронный ресурс] <https://agarussia.art/>

### **Основная**

Карцева Е.А. Выставочное и галерейное дело (Второе издание, исправленное и дополненное) Москва, 2023

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=706875>

## **Тема 5 Выставочная стратегия галереи**

Практическое занятие по работе над буклетом. Обсуждение вводной статьи и коротких аннотаций. Обсуждение возможного формата. Работа над текстами к анонсу выставки.

Задание:

Подготовить буклет к выставке. Рассмотреть варианты анонсов и публикаций.

Список литературы:

### **Источники**

Ассоциация Галерей России [Электронный ресурс] <https://agarussia.art/>

### **Основная**

Карцева Е.А. Выставочное и галерейное дело (Второе издание, исправленное и дополненное) Москва, 2023

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=706875>

## **Тема 6. Ярмарочная стратегия галереи**

**Задание:** составьте список ярмарок в России и за рубежом, в которых ваша галерея могла бы принять участие

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Что такое художественная ярмарка, какова их роль в современном арт-рынке?
2. Каким образом происходит организация работы на арт-ярмарке?
3. В чем кураторский аспект организации арт-ярмарок?
4. Что такое ярмарки-сателлиты, и как они изменились за последние 15 лет?

### **Источники**

Ассоциация Галерей России [Электронный ресурс] <https://agarussia.art/>

### **Основная**

Карцева Е.А. Выставочное и галерейное дело (Второе издание, исправленное и дополненное) Москва, 2023

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=706875>

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина (модуль) реализуется на факультете истории искусства кафедрой кино и современного искусства.

Цель дисциплины - ознакомление учащихся с основами галерейного бизнеса, дать понимание значение и роли галерей на первичном арт-рынке продвижения художника, обосновать не только коммерческую, но и культурную функцию галереи, как культурного посредника.

Задачи дисциплины (модуля):

- Изучить этапы, которые прошло галерейное дело на пути к современному состоянию;
- Изучить причины, которые способствовали изменениям в функционировании галерейного дела в России с 90-х годов XXI века до наших дней;
- Изучить основные сведения о работе в галерее и другими формами деятельности, связанной с произведениями изобразительного искусства;
- Дать представление об этапах построения отношений с художниками и организации различных проектов, связанных с их продвижением;
- Познакомить учащихся с базовыми аспектами создания и управления галереей современного искусства.

Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:

- ПК-4 способен к осуществлению историко-культурных, краеведческих функций, функций по сохранению, изучению, пропаганде художественного наследия в деятельности организаций и учреждений культуры (федеральные органы государственной власти и органы местного самоуправления, музеи, галереи, художественные фонды, архивы);
- ПК-4.1 знает функционал и структуру современных учреждений культуры;
- ПК-4.2 способен выполнять функции в рамках деятельности учреждений культуры;
- ПК-5 способен к разработке историко-культурных, искусствоведческих, художественных аспектов, аспектов, связанных с всеобщей историей искусства, историей отечественного искусства, сохранением и изучением, а также пропагандой художественного наследия в деятельности информационно-аналитических центров, общественных, государственных и муниципальных учреждений и организаций, СМИ, учреждениях историко-культурного туризма;
- ПК-5.1 создает необходимую информацию для успешного функционирования учреждений культуры;
- ПК-5.2 пропагандирует культурное наследие и достижения мирового и отечественного искусства с использованием современных СМИ, в том числе сетевых;

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать

– основы правовых отношений в сфере культуры; основы защиты авторских и смежных прав и правового регулирования в арт-бизнесе;

– современные методы управления и их особенности для арт-индустрии; основы финансового менеджмента и особенности налогообложения для предприятий и организаций в сфере культуры;

Уметь

- оценивать риски и последствия принимаемых организационно-управленческих решений в арт-бизнесе;
- проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности в работе над проектом; применять основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач в арт-индустрии;

Владеть

- навыками работы в команде; методами обоснования стратегических и тактических решений;
- управленческими навыками ведения бизнеса в сфере культуры; способами разрешения конфликтов в процессе работы над проектом.

По дисциплине (модулю) предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 4 зачетные единицы.