

**Частное образовательное учреждение
дополнительного профессионального образования
«Институт-арт бизнеса и антиквариата»**

УТВЕРЖДЕНА

на Педагогическом Совете

«04» февраля 2019 г.

Протокол № 04/19

Председатель совета

А.А. Мартынов



Дополнительное образование

**Дополнительная профессиональная программа
профессиональной переподготовки**

**«Арт-менеджмент: галерея, коллекция и
арт-рынок»**

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	Пояснительная записка	3
2.	Планируемые результаты	4
3.	Содержание программы	6
3.1.	Учебный план	6
3.2.	Календарный учебный график	7
3.3.	Оценка результатов освоения программы	8
3.4.	Рабочие программы модулей	10
3.4.1.	Рабочая программа Модуля 1. История искусств	10
3.4.2.	Рабочая программа Модуля 2. Галерейное дело	40
3.4.3.	Рабочая программа Модуля 3. Менеджмент и маркетинг	55
3.4.4.	Рабочая программа Модуля 4. Правовые основы	79
4.	Условия реализации программы	95
4.1.	Организационно-педагогические условия реализации программы	95
4.2.	Материально-техническое обеспечение программы	95
4.3.	Кадровое обеспечение программы	95

1. Пояснительная записка

Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки «Арт-менеджмент: галерея, коллекция и арт-рынок» (далее – программа) разработана с целью удовлетворения профессиональных образовательных потребностей и интересов граждан в получении необходимых теоретических знаний и практических навыков в области менеджмента в сфере искусства.

Содержание Программы представлено пояснительной запиской, планируемыми результатами освоения Программы, учебным планом, календарным учебным графиком, рабочими программами учебных тем, условиями реализации Программы, системой оценки результатов освоения программы, перечнем литературы и электронных информационно-справочных источников.

Программа разработана в соответствии с:

- Федеральным законом от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказом Минобрнауки России от 01.07.2013 N 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Приказ Минобрнауки России от 06.03.2015 N 182 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 50.03.04 Теория и история искусств (уровень бакалавриата)»;
- Уставом Частного образовательного учреждения дополнительного профессионального образования «Институт арт-бизнеса и антиквариата», утвержденным Решением № 4 Единственного Учредителя от 21 мая 2012 г.

Педагогическая целесообразность программы обусловлена востребованностью и необходимостью удовлетворения образовательных потребностей обучающихся.

Программа разработана для получения прикладных знаний по арт-менеджменту, оценке и атрибуции предметов искусства, и навыков самостоятельного научного исследования в конкретной предметной области.

Категория слушателей (требования к слушателям) – абитуриенты, имеющие диплом о среднем профессиональном или высшем образовании.

Сфера профессиональной деятельности, занимаемые должности – начинающие и/или практикующие эксперты по культурным ценностям (антиквариату), управляющие и менеджеры низшего звена в сфере арт-рынка и арт-критики, музейные работники.

2. Планируемые результаты

Основная цель курса: сформировать комплексное представление слушателя о механизмах функционирования художественного произведения.

Планируемые результаты:

1. Углубленно изучить, структурировать, типологизировать, систематизировать все многообразие явлений искусства.
2. Научиться анализировать произведения искусства.
3. Пользоваться законодательной базой в сфере художественного рынка.
4. Овладеть навыками и приемами менеджмента и маркетинга в сфере искусства.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения программы

(на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 50.03.04 Теория и история искусств).

В ходе освоения программы профессиональной переподготовки «Арт-менеджмент: галерея, коллекция и арт-рынок» у выпускника формируются и/или совершенствуются общекультурные, общепрофессиональные, профессиональные компетенции.

Общекультурные компетенции (ОК):

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

- готовность свободно ориентироваться в литературе по профилю деятельности (ОПК-4);
- готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-5);
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

Профессиональные компетенции (ПК):

научно-исследовательская деятельность:

- способность понимать социально-психологические и социально-экономические факторы, влияющие на культурное потребление (ПК-2);
- способность учитывать в анализе явлений искусства политические, социальные, собственно культурные и экономические факторы (ПК-3);

художественно-критическая деятельность:

- способность анализировать и аргументировано критически рассматривать художественные достоинства произведения в социальном, культурном и историческом контексте, выявлять архитектуру произведения (главные признаки его замысла, стилистики, особенностей выполнения, единство формы и содержания), провести сравнительный анализ различных интерпретаций (ПК-5);
- способность создавать собственный авторский текст в разных жанрах художественной критики (ПК-7);

культурно-просветительская деятельность:

- способность использовать приобретенные знания для популяризации искусства: составлять и проводить экскурсии, выступать с лекциями, сообщениями, оформить выставку, экспозицию (ПК-21);
- способность разрабатывать программы по сохранению и развитию традиций искусств, участвовать в проектировании профильных образовательных и художественно-творческих систем (ПК-23);
- способность взаимодействовать с профессиональным сообществом в интересах освещения фундаментальных и прикладных исследований в сфере искусства и образования (ПК-25);

организационно-управленческая деятельность:

- способность осуществлять административно-организационную деятельность (ПК-26);
- способность осуществлять мониторинг финансовой деятельности (ПК-31).

3. Содержание программы

3.1. Учебный план

Продолжительность обучения – 285 часов (1 год).

Форма обучения – очно-заочная

№ п/п	НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	Всего часов	Количество академических часов		Форма контроля
			Аудиторные занятия	Практ. занятия	
1	Модуль 1. «История искусств»	107	104	3	зачет
2	Модуль 2. «Галерейное дело»	68	66	2	зачет
3	Модуль 3. «Менеджмент и маркетинг»	46	44	2	зачет
4	Модуль 4. «Правовые основы»	38	36	2	зачет
5	Подготовка итоговой квалификационной работы	20		20	
6	Итоговая аттестация	6		6	защита квалификационной работы
	ИТОГО	285	250	35	

3.2. Календарный учебный график

Режим занятий – 2 раза в неделю, 8 академических часов

Продолжительность академического часа - 45 минут

	1-й месяц обучения	2-й месяц обучения	3-й месяц обучения	4-й месяц обучения	5-й месяц обучения	6-й месяц обучения	7-й месяц обучения	8-й месяц обучения	9-й месяц обучения	10-й месяц обучения	11-й месяц обучения	12-й месяц обучения	ВСЕГО часов
Модуль 1	40	32	32										104
Модуль 2					27	32	7						66
Модуль 3							33	11					44
Модуль 4								21	15				36
1-я промежуточная аттестация				3									3
2-я промежуточная аттестация									2				2
3-я промежуточная аттестация									2				2
4-я промежуточная аттестация									2				2
Каникулы													
Итоговая аттестация: подготовка к ВКР											20		20
Защита ВКР												6	6
ИТОГО:													285

3.3. Оценка результатов освоения программы

Виды и формы контроля

Основными видами контроля уровня учебных достижений обучающихся (компетенции, знания, умения, навыки) являются: текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация.

Целью текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации является оценка качества освоения обучающимися учебных дисциплин образовательных программ в течение всего периода обучения, приобретения и развития навыков самостоятельной работы и повышения академической активности обучающихся.

Текущий контроль – это вид контроля, предусматривающий систематическую проверку преподавателем уровня усвоения знаний, формирования навыков и умений и развития личностных качеств обучающегося при изучении дисциплины, а также определения уровня освоения программы дисциплины за определенный временной интервал.

Формами и методами текущего контроля являются:

- учет посещаемости;
- контрольные и самостоятельные работы;
- тестирование;
- проверка выполнения индивидуальных домашних заданий, докладов.

Текущий контроль осуществляется преподавателями, ведущими соответствующие дисциплины учебного плана.

Промежуточная аттестация – это вид контроля, проводимый для оценки учебной деятельности слушателя в ходе изучения модуля. Целью промежуточной аттестации является комплексная и объективная оценка качества усвоения слушателями теоретических знаний, умения синтезировать полученные знания и применять их к решению практических творческих задач при освоении образовательной программы за определенный период.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачеты сдаются слушателями в обязательном порядке в форме, отраженной в рабочей программе дисциплины – тестирование, письменная, устная, эссе.

Итоговая аттестация обучающихся и критерии оценивания:

Формы и порядок проведения итоговой аттестации обучающихся по программам профессиональной переподготовки определяется Положением об итоговой аттестации обучающихся частного образовательного учреждения дополнительного профессионального образования «Институт арт-бизнеса и антиквариата», утвержденным Ректором 11 января 2016 года.

Итоговая аттестация включает в себя подготовку и защиту итоговой аттестационной работы (выпускной квалификационной работы). Тематика выпускной квалификационной работы соответствует содержанию одного или нескольких модулей. По итогам защиты итоговой аттестационной работы оценивание осуществляется по двухбалльной шкале:

«сдано», «не сдано»

Общие критерии итоговой оценки защиты ВКР:

«Сдано» – работа полностью соответствует общим требованиям к ВКР (целевая направленность, глубина исследования и полнота освещения вопроса, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, грамотное оформление); при защите выпускник излагает материал грамотно, конкретно и в логической последовательности, приводит убедительную аргументацию, полно отвечает на вопросы комиссии; отзыв и рецензия содержат положительную рекомендуемую оценку.

«Не сдано» выставляется за работу, которая не носит исследовательский характер, теоретическая часть изложена слабо и без привлечения дополнительных источников, не отвечает методическим требованиям, оформлена небрежно с нарушением ГОСТов. Сделанные в работе выводы имеют декларативный характер, а предложения вообще не разработаны. В отзыве научного руководителя и рецензии рецензента присутствуют критические замечания. На защите иллюстративный материал отсутствует, на поставленные вопросы выпускник давать ответы затрудняется, не знает теории исследуемого вопроса

Примерные темы выпускной квалификационной работы:

1. Современный аукционный бизнес и развитие аукционных домов в России.
2. Актуальность инвестиций в армянское современное изобразительное искусство.
3. Специфика продажи картин «старых мастеров» в современных реалиях России.
4. Арт-критика как инструмент маркетинга для продвижения современных коллекций живописи.
5. Репрезентация современного искусства в музее.
6. Обзор динамики спроса на дизайн 40-х - 50-х гг.
7. Колебания цен на антикварных аукционах и их причины.
8. Изучение и разработка основных механизмов повышения спроса на русскую антикварную мебель эпохи "Модерн".
9. Методы оценки стоимости произведений искусства (живопись, инсталляция, смешанная техника) 21 века московскими галереями.
10. Основные факторы влияния на развитие аукционного бизнеса в России.

3.4. Рабочие программы модулей

3.4.1. Рабочая программа Модуля 1. История искусств

1. Рабочая программа дисциплины «История искусств»

Требования к результатам обучения

В результате освоения программы слушатель должен приобрести следующие знания и умения, необходимые для качественного изменения компетенций.

слушатель должен знать:

- о крупнейших стилях и их анализе в искусстве;
- общепризнанные шедевры в разных видах искусства, их анализ и стилистику;

слушатель должен уметь:

- рассуждать о всех известных стилях в искусстве и их творческой эволюции, формировании национальных художественных школ;
- различать стилевые системы в культуре искусства, понимать, анализировать художественные стили в искусстве.

Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего, часов	В том числе
			Лекции
1	2	3	4
1.	Ренессанс и барокко	5	5
2.	Классицизм и ампир	5	5
3.	Романтизм и реализм	5	5
4.	Импрессионизм	5	5
5.	Стили искусства 20 века	4	4
ВСЕГО		24	

Учебная программа

Тема 1. Ренессанс и Барокко

Зарождение новоевропейской концепции художественного произведения. Предпосылки возникновения нового стиля. Прямая перспектива – как символический образ ренессансного художественного видения. Анализ художественных произведений эпохи Ренессанса по Вельфлину. Предпосылки формирования стиля барокко. Анализ художественных произведений эпохи барокко по Вельфлину. Рококо в живописи и прикладном искусстве.

Тема 2. Классицизм и ампир

Появление академий. Болонская школа. Ранний классицизм во Франции. Пуссен и Лорен. Античные мотивы в искусстве классицизма XVIII века. От Пиранези до Камерона. Классицизм в текстах Винкельмана. Влияние Винкельмана на искусство второй половины XVIII века. Менгс – Давид. Ампир в живописи и прикладном искусстве. Давид – Энгр.

Тема 3. Романтизм и реализм

Зарождение романтической концепции искусства. Литературность живописи. Неоготические и восточные мотивы. Энгр – Жерико – Делакруа. Выражение романтического восприятия мира через пейзаж: Милле, Руссо, Коро, Констебл, Тернер. Реалистические направления в искусстве: Курбе, литературный реализм – изображение несчастных судеб – передвижники. Интеллектуальные игры – Мане.

Тема 4. Импрессионизм

Импрессионистический пейзаж. Механическое серийное воспроизведение действительности – отражение света и тени, пленер. Моне – Писсаро – пейзажи Ренуара – Сезанн – Сера. Символизм в живописи и искусстве. Блейк – Прерафаэлиты – Беклин – Шаванн-Моро-Гоген – Наби – Редон- русский символизм – Климт. Постимпрессионизм Ван-Гога. Матисс и дикие. Немецкий экспрессионизм Синий всадник и Мост.

Тема 5. Стили искусства 20 века

Радикальные движения 1-й четверти 20 века. Кубизм – Пикассо, Брак, Грис, Леже. Футуризм итальянский и русский. Супрематизм – Малевич. Дадаизм – Дюшан. Живописные движения 1920-х: парижская школа, сюрреализм, Баухауз. Ар-деко.

Учебно-методическое обеспечение программы

Основная литература

1. Арган, Джулио Карло Современное искусство 1770 – 1970. – М.: Искусство, 1999
2. Вельфлин, Генрих Основные понятия истории искусств. Проблема эволюции стиля в новом искусстве. – СПб.: Мифрил, 1994
3. Вентури, Лионелло От Мане до Лотрека. - СПб.: Азбука-классика, 2007
4. Вентури, Леонелло Художники нового времени. - СПб.: Азбука-классика, 2004
5. Винкельман, Иоганн-Иоахим Избранные произведения и письма. – М.: Ладомир, 1996
6. Пановский, Эрвин Перспектива как «символическая форма». – СПб.: Азбука-классика, 2004
7. Турчин В.С. Французское искусство от Людовика XIV до Наполеона. – М.: издательство «Жираф», 2007

Дополнительная литература

1. Фридлиндер, Макс Об искусстве и знаточестве. СПб.: Андрей Наследников, 2001
2. Фуко, Мишель Живопись Мане. СПб.: Владимир Даль, 2011

2. Рабочая программа дисциплины «Живопись XX в. и современный художественный процесс в России»

Требования к результатам обучения

В результате освоения программы слушатель должен приобрести следующие знания и умения, необходимые для качественного изменения компетенций.

слушатель должен знать:

- историю методологии экспертизы и атрибуции;
- реставрационные техники;

слушатель должен уметь:

- выявление особенностей атрибуции историко-культурных ценностей;
- выявлять фальсификации,
- понимать сложность реставрационных операций, как велик риск их применения на произведениях искусства, рассказать о неизбежных искажениях, которые претерпевают памятники при проведении любых сложных операций, и пагубных последствиях для произведений искусства непрофессионального вмешательства,

- Разбираться в практике консервации и музейного хранения памятников, с методами профилактики их разрушения, а также дать сведения о важной роли температурно-влажностного и светового режимов для музейного хранения экспонатов, мерах профилактики разрушения и защиты памятников от повреждений биологического характера.

Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего, часов	В том числе
			Лекции
1	2	3	4
1.	Истоки и предпосылки символизма и модерна в западноевропейском искусстве XIX в.	3	3
2.	Инструментарий эксперта	3	3
3.	Символизм и стиль модерн в западноевропейском искусстве на рубеже XIX и XX вв.	3	3
4.	Предпосылки стиля модерн в России. Национально-романтическая тенденция в русском модерне	3	3
5.	Экспрессионизм в западноевропейском искусстве.	3	3
6.	Неопримитивизм и истоки авангарда в России.	3	3
7.	Кубизм в Западной Европе и его эволюция. Орфизм. Футуризм.	3	3
8.	Искусство авангарда в России.	3	3

	Кубизм и кубофутуризм. Супрематизм. Конструктивизм		
ВСЕГО		24	

Учебная программа

Тема 1. Истоки и предпосылки символизма и модерна в западноевропейском искусстве XIX в.

Немецкие романтики: Филипп-Отто Рунге, Каспар Давид Фридрих. Братство «Назарейцев» (Фридрих Овербек, Феликс Пфор) и его последователи (Альфред Рётель и др.). Романтизм в Англии. Уильям Блейк. «Братство Прерафаэлитов» (Данте-Габриэль Россетти, Уильям Хант, Джон Эверет Миллес). Непосредственные предшественники модерна и символизма в западноевропейском искусстве второй половины и конца XIX в. Германия: Творчество Ханса фон Маре, Арнольда Бёклина.

Тема 2. Символизм и стиль модерн в западноевропейском искусстве на рубеже XIX и XX вв.

Франция: творчество Гюстава Моро, Пьера Пюви де Шаванна, Одилона Редона. Винсент Ван Гог. Поль Гоген и Понт-Авенская школа. Поиски нового синтеза искусств. Группа «Наби» (Морис Дени, Поль Серюзье, Пьер Боннар, Эдуар Вюйяр, Аристид Майоль и др.). Англия: творчество Обри Бёрдсли. Уильям Моррис и «Движение искусств и ремесел». Австрия: творчество Густава Климта и Венский Сецессион. Германия: Франц фон Штук и Мюнхенский Сецессион. Раннее творчество Василия Кандинского. Швейцария: Фердинанд Ходлер. Бельгия: Джеймс Энсор, Филисьен Ропс. Северная Европа: Аксели Галлен-Каллела. Эдвард Мунк и канун экспрессионизма. Традиция и экспрессия в скульптуре эпохи символизма и модерна. Творчество Огюста Родена, Аристида Майоля, Антуана Бурделя. Стиль модерн в журнальной графике, афише и декоративном искусстве рубежа столетий. Афиши Анри де Тулуз-Лотрека, Альфонса Мюша (Муха). Журнальная графика Т.Т. Хайне, Филисьена Ропса, Альфреда Кубина, Франтишека Купки. Оформление журналов «Pan», «Jugend», «Ver Sacrum», «Revue Blanche», «Studio», «The Yellow Book» и др. Проекты зданий и интерьеров Чарльза Макинтоша, Анри Ван де Вельде, Йозефа Хофмана, Отто Вагнера, Эктора Гимара. Ювелирные изделия Рене Лалика и фирмы «Tiffany».

Тема 3. Предпосылки стиля модерн в России. Национально-романтическая тенденция в русском модерне

Абрамцевский художественный кружок С.И. Мамонтова (1870-1890-е). Столярные и гончарные мастерские. Работа художников – станковистов в прикладных видах искусства и в сценографии. Творчество Виктора и Аполлинария Васнецовых, Михаила Нестерова, Андрея Рябушкина, Константина Коровина. Талашкино М.В. Тенишевой и его художественная среда (1890-е-начало 1900-х). Творчество Сергея Малютина и др. мастеров.

Тема 4. Стиль модерн и символизм в России

Творчество Михаила Врубеля и своеобразие преломления в нем проблематики символизма и модерна. Творческий путь Валентина Серова и синтез художественных приемов – от импрессионизма до модерна. Деятельность общества «Мир искусства» (1899-1903 и 1911-22) и одноименного журнала (1898-1904). Исторические стилизации и эстетизм в творчестве Александра Бенуа, Константина Сомова, Льва Бакста, Мстислава

Добужинского, Евгения Лансере, Николая Рериха, Ивана Билибина, Александра Головина, позже – Кузьмы Петрова-Водкина. Разнообразие творческих манер мирискусников. Творчество Анны Остроумовой-Лебедевой, Бориса Кустодиева, Игоря Грабаря и др.

Выставки, антрепризы, книжные и журнальные иллюстрации и оформление, сценография. «Русские сезоны» в Европе (1909-1929).

Судьбы художников «Мира искусства» в эмиграции. Выставки под его именем в Париже (1921 и 1927).

Творчество Виктора Борисова-Мусатова и проблемы символизма в живописи. Выставка «Алая роза» (1904, Саратов) и начало формирования новой группы художников-символистов.

Деятельность общества «Голубая Роза» (1907-09). Музыкально-ассоциативная линия символизма в творчестве Павла Кузнецова, Петра Уткина, Николая Милиоти. Поиски выразительности через гротеск и цветовую интенсивность в искусстве Николая Крымова, Мартироса Сарьяна, Николая Сапунова, Сергея Судейкина и др.

Журналы символистов: «Весы» (1904-09), «Золотое Руно» (1906-09), «Искусство»(1905), «Аполлон»(1909-1917) и их художественное оформление.

Тема 5. Экспрессионизм в западноевропейском искусстве.

Германия. Группа «Мост» в Дрездене (1905-10). Творчество Эрнста-Людвига Кирхнера, Эриха Хеккеля, Макса Пехштейна, Карла Шмидта-Ротлуффа. Эмиля Нольде. Поиски живописной выразительности через гротеск и интенсивность цветового строя.

Новое общество художников (1909-10) и группа «Синий всадник» (1911-12) в Мюнхене (Василий Кандинский, Алексей Явленский, Франц Марк, Август Макке, Пауль Клее, Лионель Файнингер, Арнольд Шенберг и др.). Альманах «Синий всадник» (1912) и выставки группы (1911-12). Поиск экспрессии через цвет и динамику. Теория духовности в искусстве Кандинского. Переход к беспредметной живописи.

Журнал и галерея «Штурм» (с 1910) как один из центров интернационального авангарда.

Социальное направление в немецком экспрессионизме: Кетэ Кольвиц, Макс Бекман, Отто Дикс, Георг Гросс. Связь социального экспрессионизма и социально ориентированного дадаизма. Экспрессионизм и скульптура. Творчество немецких скульпторов Эрнста Барлаха, Вильгельма Лембрука.

Франция. Фовизм (1905-08). Творчество Анри Матисса, Альбера Марке, Андре Дерена, Жоржа Руо, Рауля Дюфи, Мориса де Вламинка, Кеса ван Донгена и др.). Раннее творчество Жоржа Брака. Интенсивность цветового строя в сочетании с упрощением формы. Фовисты во второй половине 1910-х годов. Интерес к конструированию пространства в творчестве Матисса и Дерена, экспрессия Руо и Вламинка, декоративизм Дюфи и ван Донгена.

Тема 6. Неопримитивизм и истоки авангарда в России.

Выставки «Салон Золотого Руна» (1908 и дважды-1909) и «Салон Владимира Издебского» (1909-10) – первые демонстрации новых направлений в русском и западном искусстве одновременно.

Роль собирателей Сергея Щукина и Ивана Морозова в формировании представлений о современном зарубежном искусстве в профессиональных художественных кругах российских столиц.

Общество «Бубновый валет» (Петр Кончаловский, Илья Машков, Роберт Фальк, Аристарх Лентулов, Александр Куприн и др.). Соединение традиций европейского постимпрессионизма и городского русского фольклора. Международные выставки Общества. Творчество Михаила Ларионова и Натальи Гончаровой. Опора на национальный фольклор и примитив. Группа «Ослиный хвост – «Мишень» (1912-13). Творчество Александра Шевченко, Михаила Ле-Дантю, Кирилла и Ильи Зданевичей, раннее творчество Казимира Малевича. Открытие самобытного творчества Нико Пиромани. Экспрессионистические тенденции в русской живописи 1910-х годов. Творчество Павла Филонова, Марка Шагала и др.

Тема 7. Кубизм в Западной Европе и его эволюция. Орфизм. Футуризм.

Кубизм. Истоки и начало кубизма. Интерес к примитивам и экзотическим культурам. «Таможенник» Анри Руссо и др. «наивы». Творчество Пабло Пикассо, Жоржа Брака. Своеобразие кубизма Фернана Леже. Этапы кубизма (аналитическая, синтетическая, декоративная). Попытка ввести фактор времени и движения в живопись. Принцип симультанности (совмещение нескольких точек зрения на одну форму в единицу времени). Расширение кубизма как художественного течения. Группа «Де Пюто» (1910-14) и «Салон Золотого Сечения» (1912). Творчество Альбера Глеза, Жана Меценже, Анри Ле Фоконье, Хуана Грис, Роже де ла Френе, Жака Вийона и др.). Кубизм и скульптура. Творчество Жана Дюшан-Вийона и выходцев из Восточной Европы: Жака Липшица, Осипа Цадкина, Ханны Орловой, Константина Бранкузи (Брынкуша). Пластика посткубизма в творчестве Александра Архипенко, Антона Певзнера, Наума Габо. Орфизм. Музыкальные ассоциации свободных форм и цветов. Творчество Робера и Сони Делоне. Соединение движения и цвета в работах Франка Купки, Леопольда Сюрважа. Футуризм. Апология техники и скорости. Манифесты футуристов в Италии. Филиппо-Томмазо Маринетти. Джакомо Балла, Джино Северини, Умберто Боччони и др. Влияние кубизма и футуризма. Раннее творчество Марселя Дюшана.

Тема 8. Искусство авангарда в России. Кубизм и кубофутуризм. Супрематизм. Конструктивизм.

Динамичное становление авангарда в русском искусстве: совмещение нескольких направлений в одном. Кубизм и кубофутуризм. Казимир Малевич, Иван Клыон, Любовь Попова, Александра Экстер, Ольга Розанова, Надежда Удальцова, Давид Бурлюк и др.

Постановка музыкальной драмы «Победа над Солнцем» (1913) как кульминация авангардных поисков 1910-х годов. Супрематизм и обретение беспредметной формы: Казимир Малевич. Его теория. Группа УНОВИС в Витебске (нач.1920-х). Николай Суетин, Илья Чашник. Конструктивизм. Владимир Татлин, Александр Родченко, Густав Клуцис, Эль Лисицкий, Александр Веснин. Участие художников авангарда в художественной жизни после октябрьской революции. Теоретическая и педагогическая деятельность сотрудников ВХУТЕМАСа. Институт Художественной культуры (ИНХУК).

Конфликт «станковистов» и «производственников» в начале 1920-х годов. Эскизы костюмов и тканей Л.Поповой, В.Степановой к другим. Архитектурные проекты Малевича, Лисицкого и др. Супрематизм в фарфоре.

Учебно-методическое обеспечение программы

Основная литература

1. Турчин, В.С. По лабиринтам авангарда. М., МГУ, 1993.

2. Гомбрих, Э. История искусства. М., АСТ, 1998.
3. Европейская живопись. Энциклопедия. М., Искусство - Нота-Бене, 1999.
4. Турчин В.С. Образ двадцатого... в прошлом и настоящем. Художники и их концепции. Произведения и теории. М.: Прогресс-Традиция, 2003.
5. Сарабьянов Д.В. Россия и Запад. М.: Искусство-XXI век, 2003.
6. Степанян Н.С. Искусство России XX века. М.: 2004.
7. Якимович А.К. Двадцатый век: искусство, культура, картина мира. От импрессионизма до классического авангарда. М.: ИД Искусство, 2004.
8. Герман М. Ю. Модернизм. Искусство первой половины XX века. СПб.: Азбука-Классика, 2003
9. Голомшток И. Искусство авангарда в портретах его представителей. М.: Прогресс-Традиция, 2004.
10. Хофман В. Основы современного искусства. Введение в его символические формы. СПб.: Академический проект, 2004
11. Толстой А.В. Художники русской эмиграции. М.: Искусство-XXI век, 2005.
Дополнительная литература
12. Турчин, В.С. По лабиринтам авангарда. М., МГУ, 1993.
13. Read H. A Concise History of Modern Art. Lnd, 1974 and next editions.
14. Concepts of Modern Art. N.Y., 1974 and next editions.
15. Kulterman U. Art contemporain. Histoire mondiale de la sculpture. Paris -Tokyo, 1979.
16. Skulptur im 20 Jahrhundert: Figur. Munchen, 1986.

3. Рабочая программа дисциплины «Философия современного искусства»

Требования к результатам обучения:

В результате освоения программы слушатель должен приобрести следующие знания и умения, необходимые для качественного изменения компетенций

Слушатель должен знать:

- основные стили и направления современного искусства,
- связь между западным современным искусством и искусством советского и постсоветского периодов.

Слушатель должен уметь:

- анализировать философские, социологические и культурологические тексты, ориентированные на осмысление того или иного феномена современного искусства.

Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов	Всего, часов	В том числе
			Лекции
1	2	3	4
1.	Введение в философию современного искусства	1	1
2.	Влияние технического прогресса на искусство	1	1
3.	Принцип авангарда	2	2
4.	Искусство тоталитарных режимов	2	2
5.	Феноменологические методы.	2	2
6.	Идентификация современного искусства	2	2
7.	Социология современного искусства	2	2
8.	Современное искусство и общество потребления	2	2
9.	Искусство в цифровую эпоху	2	2
10.	Высокое и низкое: история искусства и популярной культуры	2	2
11.	Постколониализм, глобализация и гендер	2	2
	ВСЕГО	20	20

Учебная программа.

Тема 1. Введение в философию и теорию современного искусства.

Введение в философию современного искусства. Проблематика «нового» в современном искусстве. Гегель «О романтическом вообще». Традиция метафизического и онтологического толкования прекрасного, искусства и художника, идущая из глубины веков (Платон, Аристотель, Плотин, Фома Аквинский). Многослойность произведения искусства: Ингарден «О структуре картины».

Тема 2. Влияние технического прогресса на искусство.

Развитие техники в культуре XX - XXI вв. и его влияние на искусство. Влияние кино и фотографии на искусство. Культурное сознание XX века о смерти искусства, о его кризисе и новом возрождении на путях преодоления кризиса. Утрата ауры у Беньямина. Освобождение искусства от необходимости фиксации реальности. Изучение живописи как системы (Малевич). Художники как производители форм. Баухаус.

Тема 3. Принцип авангарда.

Идея искусства для искусства (l'art pour l'art). Манифест Маринетти. Принцип авангарда — обязанность художника к инновационному преодолению предшественников в художественном производстве. Музей в условиях авангардизма. Стирание граней между «высоким искусством» и кичем. Технические средства воспроизведения — подрыв классических и модернистских форм бытия искусства.

Тема 4. Искусство тоталитарных режимов.

Тоталитаризм и авангард (Серс Ф.) Стиль третьего рейха. Главные черты искусства итальянского и немецкого фашизма (ретроспективность, консерватизм, гигантомания, антигуманизм). Неоклассицизм Моретти. Образ человека-функции. Социалистический реализм. Перестройка литературно-художественных организаций в СССР. Первая и Вторая мировая война как культурная травма. Обличение войны. Дада. Экспрессионизм. Примитивизм. Венский акционизм. Йозеф Бойс: отработка травмы через личный опыт. Искусство после холокоста.

Тема 5. Феноменологические методы.

Основатель Гуссерль. Применение в эстетике: Р. Ингарден, Ф. Дюфрен, исходящие из неразрывности, однако несводимости друг к другу сознания и предмета. Интенция как способ направленности освобождённого от причинных и функциональных связей на предмет конструирования поля его значений. Р. Ингарден о физической и интенциональной предметности произведения искусства: постройка и архитектурное произведение; полотно-изображение и картина; конкретизация и эстетическая ценность.

Тема 6. Проблема идентификации современного искусства.

Формы отказа от идентификации современного искусства. Основные проблемы идентичности в современном искусстве. Основные формы теоретической реакции на «кризис идентичности». Конституирующая функция современного искусства (Жак Рансьер). Режимы идентификации современного искусства по Рансьеру. Институциональная теория искусств Артура Данто. Искусство — это институт (Artworld).

Тема 7. Концептуальное искусство.

Обращение не к эмоциональному восприятию, а к интеллектуальному осмыслению увиденного. Любой предмет как произведение искусства; явление, процесс как чистый художественный жест. Джозеф Кошут и искусство после Дюшана. Сол Ле Вит. Московский концептуализм. «Романтическая» и «аналитическая» ветвь. Эрик Булатов,

Виктор Пивоваров, Павел Пепперштейн, Вадим Захаров, Никита Алексеев, Ирина Нахова, Сергей Ануфриев. Арт-группа «Комар/Меламид».

Тема 8. Современное искусство и общество потребления.

Постмодернизм как характеристика постнеклассического типа философствования . Джеймисон Ф. Постмодернизм и общество потребления. Манифест коммунистической партии. Отчужденный труд. Товарный фетишизм. Становление общества потребления и поп-арт. Отход от экстремизма и нигилизма неоавангарда, частичный возврат к традициям, акцент на коммуникативной роли архитектуры.

Тема 9. Искусство в цифровую эпоху.

Проблематика признания искусством фотографии и видеоигр. Уязвимость искусства новых медиа перед течением времени и устареванием технологий. Эфемерность современного искусства. Пересечение науки и искусства. Влияние экспоненциального роста технологий на современное медиаискусство.

Тема 10. Высокое и низкое: история искусства и популярной культуры.

Критерии различения искусства на «высокое» и «низкое». Особенности современной культуры: стирание границ между «высоким» и «низким». Феномен Lowbrow. Влияние популярной культуры на современное искусство.

Тема 11. Постколониализм, глобализация и гендер.

Интеллектуальный дискурс, состоящий из анализа и реакций культурного наследия колониализма. Влияние идей Мишеля Фуко. Влияние «Ориентализма» Саида на современных художников. Эль Анацуи. Глобальный характер современного искусства. Влияние феминизма на современное искусство (Сара Лукас). Молодые британские художники.

Учебно-методическое обеспечение программы

Основная литература

1. Агамов-Тупицын В., Монастырский А., Тет-а-тет, М.: Библиотека Московского Концептуализма Германа Титова, 2013.
2. Гройс Б., Политика поэтики, М.: Ад Маргинем, 2012.
3. Гройс Б. Gesamt-kunstwerk Сталин, М.: Ад Маргинем, 2013.
4. Кабаков И. 60—70-е... .. Записки о неофициальной жизни в Москве. - М.: Новое литературное обозрение, 2008.
5. Флюссер В., За философию фотографии, Издательство Санкт-Петербургского университета, 2008.

Дополнительная литература

6. Boudieu P., Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste, trans. Richard Nice, 1984.[1] Harvard University Press.
7. Butler, J. P., Gender trouble : feminism and the subversion of identity, Routledge, 1990.
8. Дженкс Ч., Язык архитектуры постмодернизма / Пер. с англ. В. Рабушина, М. В. Уваровой; Под ред. А. В. Рябушина, Л. Хайта — М.: Стройиздат, 1985.
9. Бирнбаум Д. Хронология. - М.: Новое литературное обозрение, 2007.
10. Джеймисон Ф. Постмодернизм и общество потребления // Логос. — 2000. — № 4. — с. 63-77.
11. Краусс Р., Подлинность авангарда и другие модернистские мифы, М.: Художественный журнал, 2003.
12. под ред. Хюльзенбека Р., Альманах Дада, М.: Гилея, 2000.

13. Серс Ф., Тоталитаризм и авангард. В преддверии запредельного, М.: Прогресс-Традиция, 2004.
14. Саид Э. В., Ориентализм. Западные концепции Востока. СПб.: Русский Мир, 2006
15. Люббе Г., В ногу со временем. О сокращении нашего пребывания в настоящем // Вопросы философии. 1994 . № 4 . С. 94 -113.
16. Ингарден Р., Исследования по эстетике, М.: Издательство иностранной литературы, 1962.
17. Гегель Г.В.Ф., Эстетика в 4-х томах, 1969.
18. Альманах Дада (под ред. Рихарда Хюльзенбека), 2000.
19. Сануйе М., Дада в Париже, М.: Ладомир, 1999.

4. Рабочая программа дисциплины «Хранение и учет арт-объектов. Реставрация»

Требования к результатам обучения

В результате освоения программы слушатель должен приобрести следующие знания и умения, необходимые для качественного изменения компетенций.

слушатель должен знать:

- практику реставрационного дела, ее специфические операции, со стандартами практики реставрации;
- методы исследования, описания и фиксирования научной информации о памятниках искусства в процессе их консервации и реставрации.

слушатель должен уметь:

- понимать состав консервационно-реставрационных работ с приборами, аппаратурой, инструментами на рабочем месте реставратора;
- представлять сложные технические операции по укреплению, дублированию, паркетированию и расчистке живописи;
- понимать сложность реставрационных операций, величину риска их применения на произведениях искусства, рассказать о неизбежных искажениях, которые претерпевают памятники при проведении любых сложных операций, и пагубных последствиях для произведений искусства непрофессионального вмешательства;
- разбираться в практике консервации и музейного хранения памятников, с методами профилактики их разрушения, а также дать сведения о важной роли температурно-влажностного и светового режимов для музейного хранения экспонатов, мерах профилактики разрушения и защиты памятников от повреждений биологического характера.

Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего, часов	В том числе
			Лекции
1	2	3	4
1.	Раздел 1 ОСНОВЫ РЕСТАВРАЦИИ И КОНСЕРВАЦИИ ПАМЯТНИКОВ	3	3
1.1	Историческое формирование научной	1	1

	реставрации		
1.2	Теоретические основы археологической реставрации	1	1
1.3	Практика археологической реставрации	1	1
2	Раздел 2 СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА КОНСЕРВАЦИИ ПАМЯТНИКОВ	3	3
2.1	Изучение сохранности памятников	1	1
2.2	Методы исследования и фиксирования наблюдений	1	1
2.3	Документирование реставрационного процесса	1	1
ВСЕГО		6	6

Учебная программа

Раздел 1.

Тема 1.1 Историческое формирование научной реставрации

Историческое формирование реставрации в контексте художественной культуры и науки Нового времени. Функции реставрации: функция познания и функция практического восстановления памятников в их прежнем виде. Освоение опыта архитектурного и художественного творчества античного времени гуманистами итальянского Возрождения. Археологические исследования Древнего Рима. Проблема подлинности документов в спорах между доминиканцами и иезуитами в XVII веке. Исследования Мабильон. Проблема упорядочивания древностей во времени. Каталоги собрания монет Эггеля (Вена) и Мьонне (Париж). Метод Ж. Кювье: построение теории земли на основе реставрации остатков древней фауны. Идеи создания научной истории культуры. Э. Виолле-ле Дюк и Г. Земпер о единстве научного метода изучения естественной и культурной истории.

Особенности становления археологической науки в России, ее роль в формировании государственной и общественной сети организаций охраны и реставрации памятников. Археологические общественные организации в России в XIX — начале XX столетия. Музеи при археологических обществах.

Государственные учреждения по охране и реставрации памятников. Государственное законодательство по охране и реставрации памятников в дореволюционной России. Организация охраны и реставрации памятников.

Тема 1.2. Теоретические основы археологической реставрации

Проблема изучения истории методами археологической науки и способы объективации исторического процесса. Цели археологической реставрации. Возникновение понятия «памятник» в русской археологической науке XIX в. Объект реставрации. Реставрация «памятников» и формирование археологической концепции реставрации «памятников» в отличие от реставрации «произведений искусства» и «антиков». Уподобление реставрационного раскрытия археологическим раскопкам. Этика научного исследования и этика реставрации. Различение оригинальной части памятника и более поздних наслоений, переделок и дополнений. Требования к технической обработке памятников в процессе реставрации.

Проблема подлинности памятников. Понятие об авторской и исторической подлинности памятников. Различение «своего» и «чужого» текста в научном описании, графическом представлении и в практическом осуществлении реставрации памятников. Отношение к поздним вставкам. Правила восполнения памятников в местах утрат.

Тема 1.3. Практика археологической реставрации

Правила археологических раскопок и метод археологического раскрытия памятников. Документирование, научное описание, наглядное графическое представление памятников до начала, в процессе и после окончания реставрационных работ. Требования к технической обработке памятников в процессе реставрации. Этические проблемы раскрытия памятников. Запрет на раскрытие памятников. Фрагментарные раскрытия. Эстетические проблемы фрагментарного раскрытия.

Историческое сознание и эстетическое восприятие памятников прошлого. Авторская поверхность произведения искусства. Фактура художественного произведения. Авторский лак на красочном слое картины. Более поздние лаковые покрытия. Старение и следы времени на поверхности предметов. Пatina времени. Проблемы патины времени в трудах О. Шпенглера. Г. Зиммеля. В. Щавинского, Н.П. Кондакова. П.П. Покрышкина. Анисимов об удалении поверхностных загрязнений и расчистке памятников. Опасности реставрации памятников, связанные с применением несовершенных технологий и обработкой веществами с неполно изученными свойствами. Полемика ученых в 1916 году в связи с порчей картин в Эрмитаже. Микроскопия в реставрационном процессе. Тотальная расчистка и методы локального воздействия в проблемных зонах в структуре памятников. Общие правила реставрации и требования к реставрационным материалам.

Раздел 2 СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА КОНСЕРВАЦИИ ПАМЯТНИКОВ

Тема 2.1. Изучение сохранности памятников

Трещины на поверхности настенной клеевой и масляной живописи. Предварительные исследования состояния сохранности красочного слоя станковой картины. Темный лак и загрязнения на красочном слое живописи. Растрескивание красочного слоя станковой масляной и темперной живописи. Жесткий, мягкий и плывущий кракелюры. Особенности образования кракелюра в красочном слое живописи на деревянных основаниях. Растрескивание живописи на холсте. Причины образования трещин: коробление досок, конструктивные погрешности подрамника, физико-химические изменения в красочном слое. Локальное растрескивание живописи в границах цветных пятен картины. Кракелюры естественные и поддельные (искусственные и рисованные). Использование результатов исследования характера растрескивания живописи для экспертных заключений о подлинности произведений искусства.

Отставание красочного слоя и грунта от основы. Расслоение и вспучивание живописи. Соли на поверхности настенной живописи. Процессы деструкции в настенной и станковой живописи.

Тема 2.2. Методы исследования и фиксирования наблюдений

Общая характеристика методов получения информации о реставрируемых предметах. Требования, предъявляемые к информации. Источник, проводник и носитель информации. Текстовая и графическая информация. Способы кодирования, передачи, записи и хранения информации. Тривиальная и оригинальная информация, способы получения оригинальной информации. Оригинальность информации фотоснимка. Специальные виды фотосъемки в процессе исследования памятников. Формулирование цели фотографирования и требования, предъявляемые к фотографии. Масштаб фотографирования. Макро- и микрофотосъемка.

Физические методы исследования. Изучение произведений искусства в монохроматической зоне спектра как способ получения оригинальной информации. Изучение технического состояния красочного слоя картины под прямым освещением, в косых и скользких лучах искусственного света. Исследование картин в инфракрасной и ультрафиолетовой зонах спектра. Использование рентгенографии для изучения скрытых разрушений произведений искусства. Исследование конструктивных узлов и способов монтажа сборных произведений искусства (иконостас, скульптура, мебель и т. п.), требующих разборки в процессе реставрации.

Тема 2.3. Документирование реставрационного процесса

Состав реставрационной документации. Порядок приема памятника на реставр. Протокол осмотра и предварительное заключение о техническом состоянии па\ ка. Реставрационный совет. Задание на разработку концепции и методов реставр. Программы

исследования и документальное оформление результатов исследований Промежуточные заседания реставрационных советов. Обсуждение и утверждение концепции и методов реставрации. Реставрационное задание.

Документация, составляемая в процессе реставрации и консервации памятника Реставрационный паспорт произведения искусства (памятника). Описание сохранности памятника до реставрации. Примерное описание технического состояния монументальной живописи: состояние стен, штукатурки и красочного слоя. Расслоение пегуро-турки, отставания и вспучивание штукатурки. Трещины в штукатурке. Виды чтения красочного слоя настенной живописи. Соли на стене и на красочном слое.

Составление графической документации о техническом состоянии памятника. Издание картограммы, фиксирующей техническое состояние памятника до реставрации в процессе выполнения операций. Фиксирование проведенных работ на картограммах. Фотографическая документация. Электронные способы оформления графической документации. Исследование и описание археологической монументальной живописи на лессовых основаниях в полевых условиях. Отчетность реставратора о проделанной работе. Отчет о завершении реставрации памятника. Протокол передачи памятника на хранение. Аттестационная документация.

Учебно-методическое обеспечение программы

Основная литература:

1. Бетин Л.В., Брягин Д.Е. Реставрация настенных росписей Спасо-Преображенского собора Мирожского монастыря в Пскове (1969-1974-е годы). // Реставрация, исследование и консервация музейных художественных ценностей. Информкультура. Вып. 4. М., 1975.
2. Бетин Л.В., Брягин Д.Е. Некоторые итоги реставрации монументальной живописи в церкви Успения в Мелетове. // Реставрация, исследование и консервация музейных художественных ценностей. Информкультура. Вып. 4. М., 1975.
3. Бобров Ю.Г. История реставрации древнерусской живописи. Л., 1987. Бобров Ю.Г. Теория реставрации памятников искусства. СПб., 1997.
4. Бугуславский М.М. Международная охрана культурных ценностей.
5. Вздорное Г.И. О теоретических принципах реставрации древнерусской станковой живописи; Н.А. Гагман. Принципы восполнения утрат реставрации древнерусской станковой живописи. // Теоретические принципы реставрации древнерусской станковой живописи. М., 1970.
6. Виолле-ле-Дюк. Беседы об архитектуре. Т. 1-2. М., 1937-1938.
7. Восстановление памятников культуры. Под ред. Д.С. Лихачева. М., 1981.
8. Герц К.К. Историографические статьи и заметки. СПб., 1901. Т. 5.
9. Грабарь И.Э. Реставрация. Иллюстрированный словарь Гранат. Изд. 7-е, т. 36, ч. 1. М., 1932, с. 559-561.
10. Энциклопедический словарь Гранат. Изд. 7-е, т. 36, ч. 1. М., 1932, с. 559-561.
11. Грабарь И.Э. О древнерусском искусстве. М., 1966.

12. Грабарь И.Э. О русской архитектуре. М., 1966.
13. Давлатов С. Зона. Компромисс. Заповедник. Москва 1991.
14. Древности. Труды Московского Археологического Общества.
15. Древности. Труды Комиссии по сохранению древних памятников. Т. 1-5 М., 1905- 1910.
16. Зайцев А.С. Советы мастеров. М., 1973.
17. Засыпкин Б.Н. Архитектурно-археологические методы исследования, it Вопросы реставраций М., 1928, сб. 2.
18. Известия Императорской Археологической Комиссии. Вопросы реставрации. СПб., 1911-191»
19. Иванова А.В., Лелекова О.В. Укрепление разрушенного грунта резных золоченых иконостасов Художественное наследие. М., 1975
20. Киплик Д.И. Живопись и ее средства. СПб., 1908.
21. Клейн Л.С. Археологические источники. Л., 1978.
22. Ковалевский И. Старение бумаги, методы его исследования и предотвращения. М., 1936.
23. Комаров А.А. Технология материалов стенописи. М., 1994.
24. Консервация и реставрация книг. Методические рекомендации. М., 1987.
25. Лазарев В Н. Фрески Софии Киевской.
26. Лазарев В Н. Михайловские мозаики. М., 1966.
27. Лелеков Л.А. Проблемы теории и методологии реставрации // Реставрация, исследование и консервация музейных художественных ценностей. Информкультура. Вып. 2. М., 1986.
28. Лнисимов А.Н. Домонгольский период древнерусской живописи. // Вопросы реставрации. М.. 1928, сб. 2.
29. Марков В. Фактура. СПб., 1916.
30. Методы консервации и техника монументальной живописи на лессовых основаниях и лессовс й полихромной скульптуры // Реставрация, исследование и консервация музейных художественных ценностей. Информкультура. Вып. 2. М., 1986.
31. Международные нормативные документы по реставрационной этике. // Реставрация, исследо вание и консервация музейных художественных ценностей. Информкультура. Вып. 2. М 1986. Вып. 1,М., 1990, Вып. II. М., 1991.
32. Михайловский. Е.В. Реставрация памятников архитектуры (развитие теоретических концепций М., 1971.
33. Никитин Н.Н. Реставрация древних архитектурных памятников (по Виоллс-ле-Дюку). // Древности. Труды Московского Археологического общества. Т. XI, вып. 3. М., 1888, с. 32-51.
34. Основы музейной консервации и исследований станковой живописи. Сост. Ю.И. Гренберг.
35. Перцев Н.В. О восстановлении памятников древнерусской живописи. // Восстановление памятников культуры. М. 1981.
36. Плендерлис Г.-Дж. Консервация древностей и произведений искусства. // ВЦНИЛКР. Сообщения. 10-11. М., 1964.
37. Покрышкин П.П. Краткие советы по вопросам ремонта памятников старины и искусства. Псков. 1916.

38. Понятие подлинности в современной теории и практике реставрации. // Материальная база сферы культуры: опыт решения управленческих, научных и технических проблем. М., 1996
39. Прахов А.В. Киевские памятники византийско-русского искусства. // Древности. Труды Московского Археологического общества. Т. XI, вып. 3. М., 1888, с. 1-31.
40. Проблема реставрации резного позолоченного декора в интерьерах // Реставрация, исследование и консервация музейных художественных ценностей. Информкультура. М., 1976.
41. Пятая генеральная ассамблея ИКОМОС. // Реставрация, исследование и консервация музейных художественных ценностей. Составитель С.С. Подъяпольский. Информкультура. Вып. 3. М., 1978.
42. Реставрация произведений станковой масляной живописи. Учебное пособие. Под ред. И.П. Горина и З.В. Черкасова.
43. Реставрация станковой темперной живописи. М., 1986. Рыбников А.А. Фактура классической картины. М. 1927. Сланский Б. Техника живописи. М., 1962. Сансоне В. Камни, которые надо спасти. М., 1986.
44. Сахаров И.П. Исследования о русском иконописании. Кн. 1, 2. СПб., 1850.
45. Современный облик памятников прошлого. Историко-художественные проблемы реставрации.
46. памятников архитектуры. М., 1983. Сомов А. Реставрация. // Энциклопедический словарь Ф.А. Брокгауза и И.А. Ефрона. Т. 53, с. 613-617.
47. Степанский А.Д. История общественных организаций в дореволюционной России. М., 1979. Технологическое исследование станковой живописи и миниатюр (Западная Европа и Россия XIV-XVII вв.). М., 1991. Труды 2 Всероссийского съезда художников. Т. 2. СПб., 1911-1912.
49. Филатов В В. О материалах для укрепления красочного слоя древнерусской монументальной живописи.
50. Филатов В.В. Утраты в древнерусской живописи. Их восполнение и тонирование. // Древнерусское искусство. Монументальная живопись XI-XVII вв. М., 1980.
51. Филатов СВ., Иванова А.В. Метод отслоения записей с применением поливинилбутираля. //Художественное наследие. М., 1979, вып.5 (35), с. 122-125. Фолль К. Опыт сравнительного изучения картин. М., 1916.
52. Формозов А.А. Очерки по истории русской археологии. М., 1961. Художественное наследие. Вып. 1-17. М.. 1970-1999.
53. Щавинский В.А. О материалах старинной картины. // Старые годы, 1908, № 5, с. 264-280.
54. Щавинский В.А. Очерки по истории техники живописи и технологии красок. М.-Л., 1935.
55. Яхонт О. В. Возрожденные шедевры. М., 1981.
56. American Institute for Conservation. Code of Ethics and Standarts of Practice. // Muzeum News,

57. March, April, 1980. P. 28-34. Brachert T. Patina: von Nutzen und Nachteil der Restaurierung. München, 1985.
58. Brachert T. Restaurierung als Interpretation. // Maltechnik. 1983. Jg 89/2. S. 298-305.
59. Brandi C. Teoria del restauro. Torino, 1977.
60. Baldini U. Teoria del restauro e unità di metodologia. // Vol 1-2. Firenze. 1978-1981.
61. Knut Nicolaus. Du Monts's Bild-Lexikon zur Gemäldebestimmung. Köln, 1982.
62. Knut Nicoknis. Du Monts's Handbuch der Gemäldekunde. Köln, 1986.

5. Рабочая программа дисциплины «Высокий дизайн. История. Бренды. Рынок»

Требования к результатам обучения

В результате освоения программы слушатель должен приобрести следующие знания и умения, необходимые для качественного изменения компетенций.

слушатель должен знать:

- основные положения и современные методы дизайн — проектирования;
- основные положения действующей правовой и нормативной документации;
- тенденции развития современного искусства;
- основные положения по моделированию и конструированию;
- методики и средства выполнения технических расчетов, вычислительных и графических работ при конструировании; компьютерную графику в процессе проектирования и конструирования.

слушатель должен уметь:

- разрабатывать и зарисовывать эскизы в различных художественных системах;
- разрабатывать конструкторскую документацию для изготовления изделий различного ассортимента, в том числе с использованием систем автоматизированного проектирования;
- осуществлять авторский надзор за реализацией художественно — конструкторских решений при проектировании.

Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего, часов	В том числе
			Лекции
1	2	3	4
1	Раздел 1. Виды дизайна	10	10
1.1	Промышленный дизайн	3	3
1.2	Графический дизайн	3	3
1.3	Архитектурный дизайн	4	4
2	Раздел 2. Рынок дизайна и брендов.	6	6
2.1	Рыночная ситуация в сфере предметов высокого дизайна	3	3

2.2	Бренд-дизайн	3	3
3	Раздел 3. История понятия дизайн, развитие, тренды (час)	4	4
3.1	Рыночная ситуация в сфере предметов высокого дизайна	4	4
ВСЕГО		20	20

Учебная программа

Раздел 1. Виды дизайна

Тема 1.1 Промышленный дизайн

Хотя видов дизайна существует немало, и с каждым годом создается все больше новых, количество основных его отраслей совсем немногочисленно. В частности, можно выделить три основных направления: промышленный дизайн, графический и архитектурный.

Данная отрасль также называется промдизайном, предметным или индустриальным дизайном. Среди разновидностей этой сферы можно назвать: транспортный дизайн, дизайн мебели, бытовой техники и т.д.

Эта отрасль появилась в 18 веке, и ее создателем считается Джозайя Уэджвуд, английский художник и мастер декоративно-прикладного искусства. Активное развитие промышленного дизайна приходится на вторую половину 20 века, то есть, на тот период, когда началось визуальное оформление продукции, и стало бурно развиваться маркетинговое направление.

Дизайнеры промышленной сферы ставят перед собой цель оформить окружающие человека предметы и одновременно с этим наделять их наибольшей функциональностью. Ведь именно от того, насколько изделие необходимо человеку, настолько оно эстетично выглядит и насколько им удобно пользоваться зависит его успех на рынке и востребованность среди покупателей.

Тема 1.2. Графический дизайн

Эта отрасль считается наиболее распространенной и универсальной. Именно с результатами графического дизайна люди сталкиваются каждый день. Хотя официально это направление оформилось в 1964 году, когда прошел Первый конгресс Международного общества организаций графического дизайна, его истоки можно увидеть еще в наскальной живописи древнейших племен.

Целью графического дизайна является повышение уровня гармоничности окружающей среды, улучшение эффективности коммуникационного воздействия. Графический дизайн отвечает за создание индивидуальных внешних характеристик предмета, за эмоциональное воздействие на людей. Есть несколько разновидностей этой отрасли дизайна. В частности, к ней относятся: полиграфический дизайн, веб-дизайн, мобильный дизайн, дизайн шрифтов, плакатов и пр.

Тема 1.3. Архитектурный дизайн

Третьей отраслью является архитектурный дизайн, или дизайн интерьера. Он напрямую связан с проектированием и гармонизацией окружающих человека сооружений.

Эта отрасль дизайна сильнее прочих отразила влияние различных стилей (модерн, конструктивизм, минимализм, барокко, хайтек и пр.)

Архитектурный дизайн содержит в себе великое множество более мелких отраслей. К ним относятся: интерьерный дизайн, дизайн производственной среды, дизайн городской среды, ландшафтный дизайн, цветовой дизайн, интерактивный дизайн и др.

Раздел 2. Рынок дизайна и брендов.

Тема 2.1. Рыночная ситуация в сфере предметов высокого дизайна

В настоящее время существенно возрос спрос на различные дизайнерско-проектные работы. Данная тенденция обусловлена ростом благосостояния и денежных доходов населения и предприятий/организаций; увеличением спроса на жилье; расширением рынка отделочных материалов и предметов интерьера; увеличением спроса на создание комфортных условий в жилищах и офисах и др. причинами. При этом характерной чертой становится то, что потенциальные потребители данных услуг желают получить не шаблонный вариант использования имеющегося пространства, а индивидуальный проект, с учетом собственных особенностей и пожеланий. Происходящие изменения способствуют развитию отрасли услуг дизайн-проектирования.

Рынок дизайнерских услуг сложен в оценке с точки зрения его объемов. Это связано, прежде всего, с тем, что эксперты вкладывают в это понятие различное значение. Более того, некоторая часть рынка (до 25–35%) все еще находится в теневом секторе экономики: дизайнер официально работая в одной или нескольких компаниях, может успешно подрабатывать на «черном» рынке.

Эксперты отмечают стабильный рост рынка услуг дизайна интерьера, в среднем ежегодный рост составляет примерно 30%.

Тема 2.2. Бренд-дизайн

«Король бывает гол, но только до короны» (Владимир Кафанов). «Корона» вашего бренда – это бренд-дизайн. Без этого атрибута никто не назовет вас «королем» рынка ни «народ» - целевая аудитория, ни «придворные» – коллектив компании.

Бренд-дизайн имеет значение! Бренд-дизайн учитывает целый комплекс знаний о потребителе и его потребностях, реализует его в дизайне бренда, символике, цветовой гамме, фирменных шрифтах компании и тем самым мотивирует неосознанный потребительский выбор, является орудием завоевания лояльности покупателей.

Нельзя просто создать продукт и назвать его брендом.

Для того чтобы ваш продукт стал востребованной торговой маркой он должен иметь ряд присущих только ей атрибутов. К таким атрибутам относятся новый дизайн бренда, его упаковки и этикетки, фирменный стиль и уникальный логотип, дизайн брендбука.

Работу над каждым из этих атрибутов включает в себя бренд-дизайн.

Раздел 3. История понятия дизайн, развитие, тренды

Тема 3.1. Рыночная ситуация в сфере предметов высокого дизайна

Несколько десятилетий ведутся споры о возникновении дизайна.

Рассматриваются различные версии.

История дизайна как проектно-художественная деятельность берет свое начало в середине XIX века и связана с развитием индустриального производства, создавшим потребности в новой профессии.

Дизайн как связь искусств и ремёсел. Относится к возникновению в конце XIX века известного английского «Движения искусств и ремёсел», возглавленного Уильямом Моррисом, когда были сформированы главные положения теории и творческие принципы дизайна, повлиявшие на школы и направления более поздних лет.

Дизайн как художественно-промышленная деятельность: начало XX века, когда художники заняли ведущие посты в ряде отраслей современной промышленности и получили возможность формировать фирменный стиль предприятий и влиять на политику выпуска электротехнических приборов, автомобилей, радиоаппаратуры (деятельность Петера Беренса в компании АЕГ и американской автомобильной фирмы «Форд»).

Дизайн как появление дипломированного специалиста относится к появлению первых школ и методик преподавания дизайна. (ВХУТЕМАС в СССР (1920), Баухауз в Германии (1919)).

Становление дизайна как профессии, в зависимости от его реального вхождения в жизнь — непосредственно в производство, торговлю. Хронологический отсчет в этом случае начинается с ещё более позднего времени — с 1930-х годов, точнее со времени выхода США из великого экономического кризиса.

Дизайн как компоновочная деятельность, берет отсчет от орудий первобытного человека, впервые столкнувшегося с понятиями удобства орудий труда, вопросами повышения производительности, компоновки предметов, первых намеков на эргономику предметов

История дизайна в стилях.

Помимо дизайн-икон, воплотивших в себе эстетические идеалы определенного исторического периода, технические и художественные идеи своих создателей, особое значение в описании истории дизайна имеют художественные стили. В.Власов в своем известном словаре «Стили в искусстве» отмечает, что всю историю мирового искусства можно рассматривать как историю художественных стилей. В равной степени это относится и к стилям в истории дизайна, объединяющим по определенным формальным признакам дизайн-иконы в уникальные целостные художественные течения и направления. Упомянутый выше искусствовед В.Власов рассматривая внутреннюю структуру понятия «стиль» выделяет ряд его уровней: исторический художественный стиль, историко-региональный (стилистическое течение) и индивидуальный стиль мастера. Аналогичное можно наблюдать и в истории дизайна. Стили в дизайне как части общей художественной культуры корреспондируются с большими историческими художественными стилями в искусстве, и, в особенности, архитектуре. Достаточно вспомнить также общие художественные стили, как ар-деко, поп-арт, постмодерн и хай-тек. При этом в предметном формообразовании они, безусловно, трансформируются в свои стилевые течения, отражая специфику формообразования массовых изделий в условиях индустриальных технологий.

История дизайна в дизайн-иконах

Историю архитектуры пишут по памятникам архитектуры или фотографиям и гравюрам утраченных объектов, чертежам и рисункам-фантазиям неосуществленных проектов. Историю искусств — по собраниям в музеях изобразительных искусств, картинных галереях, частным коллекциям картин. Историю дизайна, в основном, по шедеврам дизайнерской деятельности — дизайн-иконам.

Хронология исследований истории дизайна

Первые теории о соотношении красоты и пользы принадлежат древнегреческим ученым Сократу, Аристиппу, Протагору, Платону, Аристотелю. Уже тогда философы впервые задумывались о различиях между искусством и наукой по их целеполаганию. Уже тогда были и работы по комбинаторике: о соединении человека и машины «Театр автоматов» Герона Александрийского. Подобные альбомы получили большое распространение под именем «Театры машин» в эпоху Возрождения. Отдельное место в этом списке занимают трактаты Леонардо да Винчи. Далее в хронологическом порядке появляются работы Жоффруа Тори о шрифтах (1529), Готфрида Лейбница «Об искусстве комбинаторики» (1666), «Театриум Махинарум» Андрея Нартова (1720), «Трактат о природе человека» Дэвида Юма (1740), «Размышления о природе и принципах чувств» Арчибальда Алисона (1790), «О влиянии живописи на художественную промышленность» Эмиля Экмерид-Давида (1805), «Теория органопроекции» Павла Флоренского. Возникновение промышленного производства способствовало развитию критической мысли. Одним из первых критических трудов стала «Практическая эстетика» Готфрида Земпера, развившаяся в трудах Джона Рескина, Уильяма Морриса, Уолтера Крейна, обозначивших взаимоотношения искусства и ремесла. Эпоха американского функционализма дала миру творения теоретиков дизайна:

эстетические эссе Горацио Грино,
«Трактат по архитектуре гражданских и военных морских судов» Джона Гриффита (1856),
«Листья травы» Уолта Уитмена,
манифест «Высотные административные здания с художественной точки зрения» Луиса Салливена (1896),
доклад «Искусство и ремесло» Фрэнка Ллойда Райта (1903),
ряд книг Адольфа Лооса,
«Проблема формы в изобразительном искусстве» (1912) Адольфа Гильдебранда,
«Вопросы стиля» Алоиза Ригля,
30 фундаментальных исследований Германа Мутезиуса, «Торжество жизни и искусства»,
«Размышления о театре как высшем художественном синтезе» Петера Беренса.

Значительный вклад в становление теоретических воззрений истории дизайна и его популяризации сыграли и играют периодические издания. Первый специальный журнал Генри Кола по эстетическим проблемам предметного мира и его проектированию «Journal of Design and Manufactures» (1849). Позднее уже появились специализированные журналы «Pan» (1895), «Decorative Kunst» (1897), «Kunst und Handwerk» (1898). Это и журнал «Югенд», от которого произошёл немецкий вариант названия стиля «модерн» — «югендстиль». Широкую известность в центральной Европе получил скандинавский журнал «Форма и функция», в СССР — «Техническая эстетика» Свое творческое кредо формулировали в манифестах, лозунгах, концептуальных статьях многие дизайнерские группы и отдельные мастера:

Чарльз Ренни Макинтош и школа Глазго,
Пит Мондриан и группа Де стейл
Эторе Соттсас и группа «Мемфис»,
Александр Мендини и группа «Алхимия»

Особое место в историко-теоретических исследованиях дизайна занимает «государственный дизайн», давший толчок комплексному подходу в изучении индустриального дизайна. Впервые совет по дизайну был создан в Англии в конце второй мировой войны. В 1962 году был создан Всесоюзный научно-исследовательский институт технической эстетики в СССР. Таким образом, во второй половине XX века была подготовлена материальная и теоретическая база для специальных исследований в области истории дизайна. Она не заставила себя ждать: к концу века появился целый ряд комплексных исследований по истории дизайна. Это известные работы английских теоретиков Катрин МакДермотт, Шарлоты и Петера Филл, немецких искусствоведов Томаса Хауфе, Вольфганга Шиперса и Петера Шмидта.

Учебно-методическое обеспечение программы

Учебники раздела

Основная литература

1. Михайлова А. Особенности художественного формообразования в условиях индустриальных технологий XX века. Текст диссертации
2. В.Аронов, «Художник и предметное творчество» (1987)
3. Н. В. Воронов. Очерки истории отечественного дизайна
4. Михайлова А. Кто пишет историю дизайна? Статья в сборнике международной Казанской Биеннале 2005
5. Михайлов С.М. История дизайна. Том 1,2: Учеб. для вузов. — Москва: Союз Дизайнеров России, 2004
6. Михайлов С.М, Михайлова А. С. История дизайна. Краткий курс. Учеб. для вузов. — Москва: Союз Дизайнеров России, 2004
7. Ковешникова Н. А. Дизайн: история и теория. Издательство: ОМЕГА-Л, ГРУППА КОМПАНИЙ, 2007 г.
8. Рунге В. Ф. История дизайна, науки и техники. — Москва: Архитектура-С, 2006
9. Лаврентьев А. Н. История дизайна: Учебное пособие. — М.: Гардарики, 2008. — 320 с. — (Disciplinae). — 3000 экз. — ISBN 978-5-8297-0262-5.
10. Вячеслав Глазычев Дизайн как он есть - М.: Европа, 2006 г. ISBN 5-9739-0066-5

Оценка качества освоения программы модуля 1.

Оценка качества освоения программы осуществляется лектором, составителем данной программы, в виде зачета в письменной форме.

Примерные вопросы к зачету:

1. Источники по истории стилей декоративно-прикладного искусства
2. Становление, эволюция и смена художественных стилей Декоративно-прикладного искусства
3. Новые тенденции в архитектуре эпохи Барокко
4. Развитие скульптуры в эпоху Ренессанса
5. Античность в стиле Классицизм
6. Ампиризм и историзм на примере интерьерных композиций
7. Анализ художественного произведения нового и новейшего времени
8. Стилистические особенности модерна и символизма
9. Анализ сходства между изобразительным искусством и произведениями декоративно-прикладного искусства
10. Искусство Западной Европы и США в 1920-е – 1930-е годы
11. Сюрреализм в западном искусстве
12. Искусство Советской России и СССР (1917-1991). Российское искусство 1990-х годов
13. Развитие авангардных и поставангардных направлений в Западной Европе и США (1945-1980). Новейшие направления (1980-е-1990-е). Проблема постмодернизма.
14. Дадаизм в Европе и Америке
15. Стилистические особенности модерна и символизма
16. Геометрическая абстракция и функционализм в Западной Европе (1920-е – 1930-е годы).
17. Силь «Ар Деко» в архитектуре, прикладном и изобразительном искусстве Западной Европы и США.
18. Предмет философии искусства. Место философии искусства в системе философского знания.
19. Основные проблемы и этапы развития философии искусства.
20. Гипотезы происхождения искусства.
21. Влияние технического прогресса на искусство.
22. Социокультурная и индивидуальная потребность в искусстве и художественном творчестве.
23. Значение терминов «эстетическое», «художественное», их соотношение между собой. Границы искусства.
24. Развитие техники в культуре XX - XXI вв. и его влияние на искусство.
25. Основные эстетические категории классической эстетики.
26. Характеристики постнеклассического эстетического сознания.
27. Анализ одной из характерных черт постнеклассической эстетики.
28. Эkleтика как способ формообразования и метод художественного мышления современности.
29. Игра как составляющая творчества в культуре постмодерна.

30. Изменение отношения человека и социума к продуктам искусства в модерне и постмодерне.
31. Проблема автора в искусстве.
32. Проблема оценки художественного качества произведений искусства на современном этапе.
33. Проблемы общения в системе «заказчик - исполнитель».
34. Принципы авангарда.
35. Главные черты искусства итальянского и немецкого фашизма.
36. Первая и Вторая мировая война как культурная травма.
37. Формы отказа от идентификации современного искусства
38. Проблематика признания искусством фотографии и видеоигр.
39. Каковы основные способы дублирования?
40. Как художник реставратор должен восстановить утраченное место на картине?
41. Что нецелесообразно использовать при дублировании произведений?
42. Когда новую картину следует покрывать лаком?
43. При операциях покрытия картин лаком большую роль играют:
44. Какова обычная ширина кромок у картины?
- От 5 до 25 сантиметров
 - От 1 до 5 сантиметров
 - От 25 до 30 сантиметров
45. Что нужно сделать, чтобы удалить запись с картины?
- Смазать ее растворителем и после того, как корка размягчится, ее снять скальпелем
 - Протереть мокрой тряпкой или губкой
 - Соскоблить ножом
46. Чьим способом пользуется Государственная Третьяковская галерея для укрепления досок от повреждений жучками-точильщиками?
- Способ Мастера Палеха и Мстеры
 - Способ А.Д. Чиварзина
 - Способ П.Я. Агеева
47. Какая первая операция при переводе живописи с грунтом с холста на новый холст?
- Нанесение подгрунтовки, проклеивание и заполнение утраченных участков.
 - Удаление старого холста.
 - Снятие картины с подрамника и предохранение живописи от распада.
48. Что в первую очередь необходимо сделать, если картина была недавно покрыта лаком и в помещении с повышенной влажностью у нее начал синеть лак?
- Ее нужно перенести в сухое помещение
 - Повторно нанести лак
 - Протереть влажной тряпкой
49. Какой лак лучше всего употреблять при лакировании живописи?
- Из смол мастики и дамары
 - Из твердых смол и жирных масел

50. Как происходит очистка тыльной стороны картины от пыли, грязи?
- мокрой тряпкой
 - мокрой щеткой или губкой
 - жесткой щеткой или собирают пылесосом
51. Как реставрировать картину акварелью?
- После полной реставрации картины акварелью, протирают лаком
 - Когда акварель высохнет, заделку протирают лаком. По высыхании лака продолжают работать акварелью и опять протирают лаком
 - Акварель помещают на палитру. Такие краски не столь сильно изменяются в тоне, поэтому и более приемлемы при заделках
52. В каком случае складки предварительно должны быть расправлены утюгом?
- Частые пузыри, происшедшие от намокания и при сильной вытянутости холста
 - Картина была свернута в узкую трубку живописью внутрь, потрескалась и сгофрировалась
 - Холст картины смят, вследствие чего образовались складки-рубцы
53. В каком случае картина как произведение искусства перестает существовать?
- Если растрескался, осыпался и растерялся красочный слой.
 - Если пришло в полную негодность основание картины.
 - Если испортился лак, покрывающий живопись.
54. Что такое Кракелюр?
- Трещина красочного слоя или лака в произведении живописи
 - Трещина в доске
 - Декоративный эффект старины
55. Какой клей используют для реставрации?
- Клей ПВА
 - Костный клей
 - Рыбий клей
56. Какова последовательность перетяжки картины?
- Выдергивание гвоздей и снятие картины со старого подрамника - Наложение картины на подрамник - Проверка правильности подрамника - Натягивание и крепление полотна.
 - Выдергивание гвоздей и снятие картины со старого подрамника - Проверка правильности подрамника - Наложение картины на подрамник - Натягивание и крепление полотна.
57. Что нужно сделать, перед тем как дублировать холст, если на обратной стороне имеются различные пометки, оригинальные подписи, удостоверения и пр.
- Сфотографировать оборотную сторону холста и отпечаток сохранять при документах.
 - Снять кальку с оригинальной подписи, дефекты картины также должны быть засняты
 - Переписать данные на обороте картины, в историю болезни
 - Сфотографировать только дефекты холста.

58. Что такое «Гризайль»?
- Одноцветная (монохромная) живопись, при которой применяются различные краски.
 - Одноцветная (монохромная) живопись, при которой применяются черные, белые и коричневые краски.
 - Одноцветная (монохромная) живопись, при которой применяются только коричневые краски.
59. Определение дизайна. Признаки дизайна. Возникновение дизайна.
60. Интерьер как организация внутренней пространственной сферы.
61. Стилистические особенности формирования интерьера разных эпох.
62. Общие понятия композиции. Основные средства композиции.
63. Основные виды пространственной композиции. Средства архитектурной композиции.
64. Объем.
65. Ритм. Метрические и ритмические ряды.
66. Тектоника как выражения структуры объемно-пространственной композиции.
67. Контраст.
68. Пропорции.
69. Масштабность.
70. Цвет. Основные характеристики.
71. Симметрия, асимметрия.
72. Основные характеристики интерьера.
73. Помещения как первичный элемент организации внутренней пространственной структуры.
74. Типы пространств.
75. Понятие о типологии архитектурной среды.
76. Помещение общественного назначения.
77. Помещения жилого назначения.
78. Функционально-типологические факторы организации среды помещений.
79. Эмоциональная характеристика цветосочетаний.
80. Освещение. Типы источников света.
81. Композиционные приемы работы со светом.
82. Особенности композиционного формирования интерьера.
83. Компонент архитектурной формы.
84. Эмоциональное воздействие интерьера. Интерьер как художественный образ.
85. Свойства интерьерного пространства.
86. Особенности восприятия интерьера.
87. Свойства монопространства.
88. Приемы организации пространственной формы.
89. Приемы организации поверхностей ограждения.
90. Средства организации поверхностей ограждения.
91. Фактура.
92. Приемы организации предметной среды.

93. Средства и способы изготовления изделий предметной среды.
94. Понятие стилистического единства.

3.4.2. Рабочая программа Модуля 2. Галерейное дело

1. Рабочая программа дисциплины «Введение в современный арт-рынок»

Требования к результатам обучения

В результате освоения программы слушатель должен приобрести следующие знания и умения, необходимые для качественного изменения компетенций.

слушатель должен знать:

- место арт-менеджмента в системе современной науки;
- нормативно-правовые основы арт-менеджмента и уметь их применять в профессиональной деятельности;
- исторические особенности формирования и развития и современную ситуацию на арт-рынке Европы, США, РФ;
- важнейшие тенденции развития современного российского и мирового арт-рынка;
- особенности рынка современных и классических произведений изобразительного искусства, рынка антиквариата, музыкального шоу-бизнеса и кино-рынка;
- получаемые в ходе обучения компетенции.

слушатель должен уметь:

- ориентироваться в ситуации на современном арт-рынке;
- владеть информацией в соответствии с современной исторической и общественно-экономической ситуацией на мировом и российском арт-рынке.

Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего часов	В том числе
			Лекции
1	2	3	4
1	Раздел 1. Арт-менеджмент как самостоятельная сфера деятельности	10	10
1.1	Понятия «арт-менеджмент», «арт-индустрия»	2	2
1.2	Жанры, виды и формы организации искусства и их историческое развитие.	2	2
1.3	Арт-менеджмент как вид профессиональной деятельности. Становление профессии «Арт-менеджер»	3	3
1.4	Современная мировая арт-индустрия как система: основные элементы, устойчивые взаимосвязи.	3	3
2	Раздел 2. Место и назначение российского арт-менеджмента	2	2

2.1	Российский арт-менеджмент: история становления и развития	1	1
2.2	Нормативно-правовые основы современного российского арт-менеджмента	1	1
ВСЕГО		12	12

Учебная программа

Раздел 1.

Тема 1.1 Понятия «арт-менеджмент», «арт-индустрия».

Предмет, содержание, задачи курса «Введение в современный арт-рынок».

Арт-менеджмент как самостоятельная сфера деятельности.

Объем и содержание терминов «арт-менеджмент», «арт-индустрия».

Арт-индустрия в условиях рыночных отношений.

Основные составляющие управления в сфере искусства: цели и задачи, структура, закономерности, принципы, функции, методы.

Специфика менеджмента в сфере искусства. Эволюция технологий арт-менеджмента.

Тема 1.2. Жанры, виды и формы организации визуальных искусств и их историческое развитие.

Исторические аспекты и тенденции становления арт-индустрии за рубежом. Три этапа развития арт-рынка: зарождение арт-рынка в Англии в конце XVII века; второй период развития арт-рынка – зарождение матрицы арт-рынка и его расширение; третий период развития арт-рынка – признание авангарда «платежеспособным», усиление роли арт-критика.

Тема 1.3. Арт-менеджмент как вид профессиональной деятельности. Становление профессии «Арт-менеджер».

История развития аукционных домов Европы; зарождение арт-аукционов (Голландия).

Лидирующие аукционные дома – Christie's, Sotheby's и Phillips.

Книги – первые объекты продажи на арт-аукционах Европы.

Аукционные дома – шведский Bukowskis, французский Drouot, австрийский Dorotheum. Германские аукционные дома.

Специализация аукционов; торги, курируемые государством, и аукционы добровольной торговли.

Критерии специализации аукционных домов.

Тема 1.4. Современная мировая арт-индустрия как система: основные элементы, устойчивые взаимосвязи.

Общая характеристика арт-рынка как системы.

Субъекты арт-индустрии: аукционы, арт-дилеры, эксперты, коллекционеры, музеи, художественные галереи, коммерческие организации.

Специализация субъектов арт-рынка. Крупнейшие аукционные дома. Арт-дилеры, фрагментарность профессиональной деятельности арт-дилеров. Крупнейшие дилеры современного арт-рынка.

Коммуникации в сфере арт-индустрии.

Сегменты рынка произведений искусства.

Индекс Mei Moses как индикатор состояния арт-рынка.

Раздел 2.

Тема 2.1 Российский арт-менеджмент: история становления и развития.

Арт-менеджмент в России: особенности становления и развития.

Особенности и характерные черты отечественной арт-индустрии, национальный компонент, ментальность.

Этапы развития арт-индустрии в России.

Современное состояние российского арт-рынка: галереи, аукционные дома, коллекционеры, критики, журналисты.

Потенциал российского арт-рынка. Степень надежности вложений и степень доходности арт-рынка России. Престижность инвестиций в произведения искусства.

Тема 2.2. Нормативно-правовые основы современного российского арт-менеджмента.

Виды участия государства в управлении арт-рынком и музеями в России в современной ситуации. Законодательство. Учредительство. Администрирование. Стимулирование. Государство-«помощник». Государство-«архитектор». Государство-«патрон». Государство-«инженер».

Авторские и смежные права; понятие интеллектуальной собственности. Страхование. Экспертиза.

Учебно-методическое обеспечение программы

Основная литература:

См. библиотечный фонд Института (в бумажном и электронном виде).

Дополнительная литература:

См. библиотечный фонд Института (в бумажном и электронном виде).

2. Рабочая программа дисциплины «Принципы коллекционирования»

Требования к результатам обучения

В результате освоения программы слушатель должен приобрести следующие знания и умения, необходимые для качественного изменения компетенций.

слушатель должен знать:

- внутреннюю организацию музея и принципах организации музейных экспозиций реставрационные техники художественных изделий из стекла;
- правила сохранения частных и музейных коллекций.

слушатель должен уметь:

- выявление особенностей и потребительских свойств предметов музейного значения,
- выявлять фальсификации предметов музейного значения,
- понимать сложность реставрационных операций предметов музейного значения,
- разбираться в практике консервации и музейного хранения,
- разбираться в методах профилактики ущерба предметам музейного значения.

Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего, часов	В том числе
			Лекции
1	2	3	4
1	Характеристика металлов и сплавов, используемых при производстве ювелирных изделий	3	3
2	Пробирование и клеймение ювелирных изделий	3	3
3	Зарубежное ювелирное искусство: понятие, содержание, стиль, материалы	4	4
4	Классификация и ассортимент ювелирных изделий	3	3
5	Идентификация и экспертиза ювелирных изделий	3	3
ВСЕГО		16	16

Учебная программа

Тема 1 История стекловарения и приготовление стекломассы

Этот материал изначально, и в силу разнообразия своих декоративных возможностей, и благодаря уникальным свойствам, в том числе — подобно красивейшим самоцветам, а порой в чём-то и превосходя их, именно через изобразительное творчество,

с момента, когда слиток впервые оказалось на ладони мастера, — радуется и, вероятно, всегда, чаруя, будет присутствовать в жизни способного ценить его красоту. Нелишним будет напомнить и то, что некогда ценой своей с золотом могло соперничать только стекло. Действительно, самые ранние его рукотворные образцы — украшения.

Тема 2 Формирование и декорирование изделий из стекла

Стекло, обладающее прозрачностью, способное к жизни со светом, к насыщению пространства светом не случайно стало материалом, открывшим новый этап пространственного освоения и восприятия мира. Стекло как "окно в мир" — так можно обозначить историко-художественную миссию этого материала. В XX веке проблема функционирования стекла в пространстве как художественного объекта становится ведущей в авторском стекле. Можно сказать, что появление трехмерного объемно-пространственного объекта как объекта эстетического созерцания и средства эмоционального воздействия стало важным реформаторским шагом в развитии мирового стекла и искусства XX века.

Тема 3 Декоративные покрытия

Важным и характерным обстоятельством было обращение к стеклу выдающихся живописцев и скульпторов. Достаточно упомянуть таких художников, как П.Пикассо, Ф.Леже, А.Матисс, В.Кандинский, Р.Магритт, С.Дали, В.Вазарелли, А.Кальдер, О.Кокошка, Х.Арп, А.Джакометти и др., проекты которых реализовывались в стекле на фирме братьев Даум во Франции, на острове Мурано в Италии. Безусловно, опыт крупнейших мастеров привнес в искусство стекла новое видение материала, своеобразное отношение к форме, росписи, пластике, уже укорененные в станковых искусствах - живописи и скульптуре..

Тема 4 Основные факторы производства, продажи и оценки изделий из художественного стекла

Метод послойной контактной рентгенографии. Для выявления утрат в красочном слое хорошо зарекомендовал себя метод эмиссионной рентгенографии.

Кракелюр на рентгенограмме кракелюр виден темной сеткой, ячейки которой по форме приближаются к квадрату. Если художественное произведение поновлено после появления на нём кракелюра, краски заполняют пространство кракелюра и изображение сетки кракелюра на рентгенограмме становится светлым.

Лак и олифа на рентгенограмме не видны. Для определения состояния сохранности лака и олифы необходимо исследовать художественное произведение в УФЛ.

Правовые основы экспертизы, нормативная база. Порядок и правила проведения экспертизы. Товароведная, искусствоведческая и стоимостная экспертиза художественного стекла. Документальное оформление результатов экспертизы.

Учебно-методическое обеспечение программы

Учебники раздела

1. Бахрушин А.П. Кто что собирает. М., 1916;
2. Боханов А.Н. Коллекционеры и меценаты в России. М., 1989.

3. Рабочая программа дисциплины «Галерейное дело: принципы профессионализма через мастер-классы трендсеттеров»

Требования к результатам обучения

В результате освоения программы слушатель должен приобрести следующие знания и умения, необходимые для качественного изменения компетенций.

слушатель должен знать:

- историю корпуса источников по истории галерейных институций;
- основные труды в изучении истории галерейных институций;
- техники исследования галерейных институций.

слушатель должен уметь:

- выявление особенностей галерейных институций;
- выявлять фальсификации галерейных институций;
- понимать развитие в сфере галерейных институций;
- рассуждать об особенностях галерейных институций;
- ориентироваться в секретах галерейных институций и искусства коллекционирования;
- бережно относиться и хранить древние произведения галерейных институций.

Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего, часов	В том числе
			Лекции
1	2	3	4
1.	Определение концепции и брэндинг	3	3
2.	Организация пространства художественной галереи	4	4
3.	Основная документация художественной галереи	3	3
4.	Организация рекламы художественной галереи	4	4
5.	Продажа и покупка произведений искусства	4	4
6.	Художественная галерея в интернете	3	3
7.	Выставочное и галерейное дело в современном культурном процессе	3	3
ВСЕГО		24	24

Учебная программа

Тема 1. Определение концепции и брэндинга

Формулировка миссии и концепции галереи. Выбор программы. Работа с экспертами-искусствоведами, оценщиками, независимыми кураторами. Написание бизнес-плана: исследование рынка, клиента, конкурентов, ценообразование, планирование продаж, расходов (предоперационных, регулярных). Бизнес-модели: первичный и вторичный рынок.

Тема 2. Организация пространства художественной галереи

Важность организации внутреннего пространства и его влияние на работу галереи. Возможные варианты организации внутреннего пространства галереи.

Тема 3. Основная документация художественной галереи

Роль деловой документации в галерейной деятельности. Документы внутреннего и внешнего пользования. Принцип их деления и их содержание.

Тема 4. Организация рекламы художественной галереи

Роль рекламы в работе галереи. Особенности и виды рекламной составляющей в деятельности галереи. Промо-мероприятия. Основные правила и формы работы со СМИ.

Тема 5. Продажа и покупка произведений искусства

Важность работы с наследниками и собственниками для галереи. Особенность общения между галеристом и художником. Договор галереи с художником и роль художественных произведений в этом договоре. Представление о художественном произведении как об особенном товаре и особенность оценки этого товара. Процесс ценообразования художественных произведений и факторы на него влияющие. Роль дилера в продаже художественных произведений. Работа на ярмарках и выставках.

Тема 6. Художественная галерея в интернете

«Виртуальные» галереи и их особенности. Типы виртуальных галерей. Особенности договоров между художниками и галеристами об экспонировании произведений в Интернете.

Тема 7. Выставочное и галерейное дело в современном культурном процессе

Роль выставочных проектов в музейной работе и на рынке современных культурных услуг. Место художественной галереи в условиях современного антикварного рынка.

Учебно-методическое обеспечение программы

Учебники разделов

Основная литература

1. Арган, Джулио Карло Современное искусство 1770 – 1970. – М.: Искусство, 1999
2. Вельфлин, Генрих Основные понятия истории искусств. Проблема эволюции стиля в новом искусстве. – СПб.: Мифрил, 1994
3. Вентури, Лионелло От Мане до Лотрека. - СПб.: Азбука-классика, 2007
4. Вентури, Леонелло Художники нового времени. - СПб.: Азбука-классика, 2004
5. Винкельман, Иоганн-Иоахим Избранные произведения и письма. – М.: Ладомир, 1996
6. Пановский, Эрвин Перспектива как «символическая форма». – СПб.: Азбука-классика, 2004

7. Турчин В.С. Французское искусство от Людовика XIV до Наполеона. – М.: издательство «Жираф», 2007

Дополнительная литература

1. Фридендер, Макс Об искусстве и знаточестве. СПб.: Андрей Наследников, 2001

Фуко, Мишель Живопись Мане. СПб.: Владимир Даль, 2011

4. Рабочая программа дисциплины «Экспозиционная и выставочная деятельность: концепция, пространство, дизайн. Музееведение»

Требования к результатам обучения

В результате освоения программы слушатель должен приобрести следующие знания и умения, необходимые для качественного изменения компетенций.

слушатель должен знать:

- историю корпуса источников по истории музейных институций;
- основные труды в изучении истории музейных и галерейных институций;
- техники исследования музейных институций.

слушатель должен уметь:

- выявление особенностей музейных институций;
- выявлять фальсификации музейных институций,
- понимать развитие в сфере музейных институций;
- рассуждать об особенностях музейных институций;
- ориентироваться в секретах музейных институций и искусства коллекционирования;
- бережно относиться и хранить древние произведения музейных институций.

Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего, часов	В том числе
			Лекции
1	2	3	4
1.	История коллекционирования	3	3
2.	Музей и его функции	3	3
3.	Собирательство в России	2	2
4.	Музейная экспозиция	3	3
5.	Частное собирательство с конца XVIII века до наших дней	3	3
ВСЕГО		14	14

Учебная программа

Тема 1. История коллекционирования

Накопление драгоценных и вотивных предметов в святилищах, храмах, гробницах. Характер подобных собраний.

Собирательство в эллинистический период. Создание терминологии коллекционирования. Сочинения древних авторов об искусстве. Римские художественные собрания. Частное коллекционирование в Древнем Риме. Проблемы коллекционирования!» в Древнем Риме.

Утрата частных античных коллекций. Особенности собирательства в Западной Европе и Византии в средние века. Компилятивные собрания средневековья. Произведения классического искусства в средневековых коллекциях. Собрания Теодориха, Карла Великого, Фридриха Гогенштауфена. Сферы коллекционирования, сформировавшиеся к концу позднего средневековья: религиозное, придворное или рыцарское, и бюргерское собирательство.

Гуманистическая реформа культурной жизни заальпийских стран. Северный гуманизм и изобразительное искусство. Предпочтение слова зрительному образу. Отношение «христианских гуманистов» к античному искусству. Путешествия в Италию и коллекционирование. Аристократические и бюргерские собрания в XV и XVI веках. Коллекции в мастерских художников. Особенности собирательства в Германии, Нидерландах, Франции. Английские художественные собрания в XVI веке.

Тема 2. Музей и его функции

Определение музея. Происхождение термина и его современное значение.

Музей и развитие истории искусства. Критерий общественного использования при основании публичного музея. Функции публичного музея. Способы их воплощения. Проблемы организации работы публичного музея. Разнообразие художественных музеев. Уникальность музея среди других просветительских или культурных институтов. Структура музея. Музейная концепция. Программа музея как результат общей концепции. Социальная жизнь музея. Современный музей как предприятие.

Формирование публичных музеев — наиболее значительное явление, характеризующее историю коллекционирования XIX века. Историческая концепция музея XIX века. Документальный характер музейных собраний в XIX веке. Склонность ранних публичных музеев к старым или устоявшимся школам искусства. Ограниченность функций первых публичных музеев. Обращенность ранних публичных музеев к элитарной публике. Концепция музея-храма. В. Ваккенродер, И. Гете, Г. Зедльмайр и их понимание музея. Принципы организации работы публичного музея эпохи В. Гумбольдта. Новые подходы к изучению истории искусства и развитие музейного дела к концу XIX — началу XX века.

Превращение частных американских собраний в публичные музеи — наиболее важный факт в истории музеев XX века. Просветительский характер американских музеев с момента их основания.

Изменение концепции музея в XX веке. Демократизация музеев. Усиление ролей: образовательной функции публичного музея в XX веке. Коммуникативная роль музе* в современном мире. Дифференцированность музеев согласно типу коллекции и культуре страны. Музеи старого и современного искусства. Европейские и американские музеи, история их формирования. Опыт музейного строительства Японии, Израиля и других стран. Создание мультидисциплинарных музейных комплексов. Организации музейных комплексов как части городской структуры. Проблемы функционирования музея в обществе. Социально-экономические отношения музея с окружающим миром. Расширение деятельности современного музея по сравнению с более ранними. Предпринимательская, финансовая, научная, педагогическая, экспертная, реставрационная деятельность современных музеев. Советы попечителей. Современное понимание музея и его цели.

Тема 3. Собирательство в России

Основы собирательства в России, заложенные в петровскую эпоху. Научные собрания. Петербургская Кунсткамера. Оружейная палата. Начало активного

художественного собирательства в России во втором десятилетии XVIII века. Собирательская деятельность Петра I. Дворцовые галереи Петербурга и Петергофа первой половины XVIII века. Античная и итальянская скульптура в России. Деятельность европейских художников и мастеров в России. Частные собрания Петербурга в середине XVIII века. Судьба собрания И.И. Шувалова. Основание «Академии трех знатнейших искусств» (1757). Собирательство в царствование Екатерины II. Особенности создания Эрмитажной картинной галереи (1764). Формирование Эрмитажного собрания. Расцвет частного собирательства во второй половине XVIII века. Крупнейшие русские коллекционеры этого времени: М.П. и Д.М. Голицыны. И.И. Шувалов, А.С. Строганов, Н.П. Шереметев, Н.В. Юсупов и др. История формирования и дальнейшая судьба этих собраний. КATALOGИ Строгановской галереи, изданные им самим.

Тема 4. Музейная экспозиция

Музейный предмет. Внутренние аспекты коллекционирования в XVIII-XIX веках и связанные с ними экспозиционные критерии. Размещение дворцовых собраний Проблемы организации и экспозиции художественных собраний в момент начала еѐ публичного использования. Развитие тенденции к систематизации музейных экспонатов в середине XVIII века. Принцип экспозиции живописи в Восточном крыле Люксембургского дворца в середине XVIII века, основанный на теории Роже де Пиля. Характер экспонирования музейных предметов в ранних публичных музеях второй **половины XVIII** века. Энциклопедическая система экспозиции во второй половине XVIII вей и ее образовательная эффективность. Зарождение идей романтизма и стремление к моделированию окружающей атмосферы, соответствующей времени создания музейное» предмета при его экспонировании.

XIX век — время разрушения единства зданий и произведений искусства, специально для них созданных. Постановка вопроса о связи экспозиции и музейной архитектуры. Концепция музея XIX века и экспозиция. Проблемы экспонирования прогноз ведений изобразительного искусства, рассмотренные музейной комиссией под председательством В. Гумбольдта в Берлине. Теория экспозиции и ее связь с эстетические взглядами времени.

Новая концепция музея в XX веке и связанные с ней проблемы экспонирования Собрание подлинных художественных предметов и их представление публике — единственная важнейшая характеристика музея. Значение свидетельств о происхождении музейного экспоната, его истории и документации. Оценка экспонируемых произведений самим музеем. Необходимость соответствия предметов, демонстрируемые публике уровню музейного фонда. Проблемы эстетического, художественного, исторического выбора при классификации и экспонировании художественных предметов Зависимость представления о ценности или достоинствах художественного произведения от способа его экспонирования. Умение выявить в экспозиции индивидуальность каждого предмета, представив эволюцию того или иного художественного явления. Факторы, определяющие подход каждого музея или галереи к созданию экспозиции: базовая политика или концепция музея, люди, занимающиеся созданная экспозиции и ее развитием, природа самой коллекции, бюджет, время создания муза и проч. Соединение концептуального содержания собрания и визуального опыта при подготовке экспозиции — важное условие хорошей экспозиции. Разнообразие критериев, определяющих способ экспонирования произведений искусства, имеющих в музее: топографический,

хронологический, исторический, систематический, эстетический, символический, стилистический, декоративный, моделирование естественной среды обитания выставленных художественных произведений. Множество других критериев, которые отстаиваются специалистами или используются в работе музеев; Учет психологических аспектов восприятия и поведения человека в определенных ситуациях при построении экспозиции. Сглаживание противоречий между собственными интересами музея и требованиями публики при подготовке музейной экспозиции. Необходимые условия, в которые музей ставит посетителя для точной оценки экспонатов.

Тема 5. Частное собирательство с конца XVIII века до наших дней

Ослабление традиционных мотивов в развитии частного собирательства. Новые взаимоотношения между художником и коллекционером. Художник и публика. Триумф романтизма и создание коллекций раннехристианского и средневекового искусства. Рост числа специализированных коллекций: прикладного искусства, костюмов, восточного искусства, исторических собраний и проч. Эkleктика в частном собирательстве. Критерий исторического отбора при создании коллекции во второй половине XIX века. Интерес к произведениям мастеров Раннего Возрождения. Универсальность художественных собраний, создаваемых в XIX веке. Научное и этнографическое коллекционирование в конце XIX — начале XX века. Искусство Востока в европейских художественных собраниях. Связь этих собраний с современной им художественной практикой. Научные систематизированные каталоги-резюме. Собирательство, каталоги распродаж и периодическая печать. Главные центры европейского художественного рынка в XIX веке.

Вхождение Америки в область художественного коллекционирования во второй половине XIX века. Особенности собирательства в Америке. Рост количества американских частных собраний. Создание выдающихся коллекций традиционного искусства в Америке после 1900 года и их значение для истории искусства. Крупнейшие американские коллекционеры XX века: Х. Уолтер, Э. Меллон, П. Морган, Б. Альтман, Г. Фрик и другие. Учреждение и развитие американских музеев на основе частных собраний. Национальная галерея Вашингтона, Публичная библиотека П. Моргана в Нью-Йорке, Метрополитен-музей в Нью-Йорке и многие другие.

Коллекционирование современного искусства. Париж — мировой центр торговли современными произведениями искусства. Агенты по торговле современной живописью: Амбруаз Воллар, Поль Дюран-Рюэль и др. Европейские и американские коллекционеры современного искусства: Г. и Л. Стайн, А. Барнес, Н. Рокфеллер, П. и С. Гугенхайм, А. Рено, А. Скира, С. Курто и многие другие. Судьба этих собраний. Собирательство во второй половине и конце XX столетия.

Учебно-методическое обеспечение программы

Учебники разделов

Основная литература

1. Бенуа А. Н. Юсуповская галерея. // Мир искусства. 1900. № 23-24.
2. Муратов П. П. Музей изящных искусств в Москве. // Аполлон. 1912. № 9. С. 43—49.
3. Столпянский П. Старый Петербург. Торговля художественными произведениями в XIII веке —

4. Старые годы. 1913. Май, июнь, октябрь, ноябрь. Чайнов А. Московские собрания картин 100 лет назад. М., 1917. Муратов П.П. Новое собирательство. // Среди коллекционеров. 1921. № 3. С. 1-3. Грабарь И.Э. Глаз. // Среди коллекционеров. 1921. № 4. С. 3-10.

5. Эфрос А.М. Петербургское и московское собирательство (параллели). // Среди коллекционера

6. 1921. №4. С. 13-20. Фридлиндер М. Подлинник и подделка. Берлин, 1929. Шмит Ф.И. Музейное дело. Вопросы экспозиции. Л., 1929. Бенуа А. Искусство Франции эпохи революции и первой империи. М.-Л., 1940. Овсянникова С.А. Частное собирательство в России в XIII — первой половине XIX века. // Очег-

7. ки истории музейного дела в России. М., 1961. Вып. III. Гете И. Коллекционер и его близкие. Собр. соч. в 10 т. М., 1980. т. 10. Брук Я.В. Из истории художественного собирательства в Петербурге и Москве в XIX веке

8. Третьяковская галерея. Очерки истории. 1856-1917. Л., 1981. Государственная Третьяковская галерея. Очерки истории (1856-1917). Л., 1981. Музей 3. 70 лет Государственному музею изобразительных искусств им. А.С. Пушкина. 19???. Леттсон-Лессиг В.Ф. История картинной галереи Эрмитажа (1764-1917). Л., 1985.

9. Дополнительная литература

10. Боханов А.Н. Коллекционеры и меценаты в России. М., 1989.

11. Де.мская А., Семенова Н. У Щукина, на Знаменке. М., 1993.

12. Полунина Надежда, Фролов Александр. Коллекционеры старой Москвы. М., 1997.

13. Haskell F. Patrons and Painters. A Study in the Relations between Italian Art and Society in the Age

14. of the Baroque. New York, 1963. Hoist N. Creators, Collectors and Connoisseurs. The Anatomy of Artistic Taste from Antiquity to

15. the Present Day. L., 1967. Schlosser J. Kunst- und Wunderkammer der Spatrenaissance. 1978.

16. Haskell F. Rediscoveries in art: Some Aspects of Taste, Fashion and Collecting in England and France. Ithaca., 1978.

Оценка качества освоения программы модуля 2.

Оценка качества освоения программы осуществляется лектором, составителем данной программы, в виде зачета в письменной форме.

Примерные вопросы к зачету:

1. Предмет, содержание, задачи курса «Арт-менеджмент».
2. Понятия «арт-менеджмент», «арт-индустрия».
3. Арт-индустрия в условиях рыночных отношений.
4. Мировая арт-индустрия как система.
5. Основные формы организации мирового искусства.
6. Особенности и характерные черты отечественной арт-индустрии.
7. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности арт-менеджера.
8. Основные структурные элементы управления в сфере арт-индустрии.
9. Субъекты арт-индустрии и их специализация.
10. Участие государства в управлении арт-рынком в России.
11. Основные периоды развития арт-рынка и их характеристика.
12. Коммуникации в сфере арт-индустрии.
13. Специализация аукционных домов.
14. Рынок произведений искусства и его сегменты.
15. Коллекционирование как исторический и социокультурный феномен (краткий экскурс: природа феномена, возникновение, трансформация, целевая аудитория)
16. Какие жанры в коллекционировании вы знаете?
17. Западноевропейский рынок антиквариата (экскурс в инфраструктуру, обслуживающую коллекционирование: рынок произведений искусства и предметов науки и культуры, в структуру которого входят аукционы, салоны, антикварные лавки, специализированные издания).
18. История коллекционирования в России.
19. коллекции Екатерины, история Эрмитажа
20. коллекции Щукина, Морозова
21. история создания музея личных коллекций.
22. Структура антикварного рынка в России. Основные составляющие структуры и проблемы антикварного рынка в России.
23. Особенности коллекционирования в современном мире.
24. Основы инвестиций в искусство для начинающих
25. Арт-рынок в России и европейских странах.
26. Продвижение художника на арт-рынке. Как определить шансы на успех.
27. Художники шестидесятники как пример инвестиций
28. Национальные и международные дилерские ассоциации
29. Особенности организации рабочего процесса в галерее
30. Правовой статус, общественное признание и репутация галереи и их влияние на ее существование и деятельность.
31. Арт-номенклатура и ее роль в определении статуса галереи.
32. Управление коллекцией предметов: инвентаризация, транспортировка, страхование.
33. Собираительство в древности
34. Собираительство в средние века
35. Собираительство в XVII веке
36. Публичный музей
37. Музейное строительство в XX и начале XXI в
38. Определение экспозиции

39. Постоянная и временные экспозиции
40. Принципы современной экспозиции
41. Обращение с экспозиционным пространством

3.4.3. Рабочая программа Модуля 3. Менеджмент и маркетинг

1. Рабочая программа дисциплины «Современное музееведение: стратегии менеджмента и маркетинга»

Требования к результатам обучения

В результате освоения программы слушатель должен приобрести следующие знания и умения, необходимые для качественного изменения компетенций.

слушатель должен знать:

- корпус источников по истории музейных институций;
- основные труды в изучении истории музейных и галерейных институций;
- основные виды музейных и галерейных институций;
- важнейшие этапы развития музейных и галерейных институций;

слушатель должен уметь:

- охарактеризовать корпус источников по истории музейных институций;
- проанализировать основные труды в изучении истории музейных и галерейных институций;
- рассмотреть основные виды музейных и галерейных институций;
 - проследить важнейшие этапы развития музейных и галерейных институций;

Учебно-тематический план

№п/п	Наименование темы (раздела)	ВСЕГО	Лекции (час.)
1	2	3	4
1	История коллекционирования	1	1
2	Музей и его функции	1	1
3	Собирательство в России	1	1
4	Музейная экспозиция	1	1
5	Частное собирательство с конца XVIII века до наших дней	1	1
	ВСЕГО	5	5

Учебная программа

Тема 1. История коллекционирования

Накопление драгоценных и votивных предметов в святилищах, храмах, гробницах. Характер подобных собраний.

Собирательство в эллинистический период. Создание терминологии коллекционирования. Сочинения древних авторов об искусстве. Римские художественные собрания. Частное коллекционирование в Древнем Риме. Проблемы коллекционирования!» в Древнем Риме.

Утрата частных античных коллекций. Особенности собирательства в Западной Европе и Византии в средние века. Компилятивные собрания средневековья.

Произведения классического искусства в средневековых коллекциях. Собрания Теодориха, Карла Великого, Фридриха Гогенштауфена. Сферы коллекционирования, сформировавшиеся к концу позднего средневековья: религиозное, придворное или рыцарское, и бюргерское собирательство.

Гуманистическая реформа культурной жизни заальпийских стран. Северный гуманизм и изобразительное искусство. Предпочтение слова зрительному образу. Отношение «христианских гуманистов» к античному искусству. Путешествия в Италию и коллекционирование. Аристократические и бюргерские собрания в XV и XVI веках. Коллекции в мастерских художников. Особенности собирательства в Германии, Нидерландах, Франции. Английские художественные собрания в XVI веке.

Тема 2. Музей и его функции

Определение музея. Происхождение термина и его современное значение.

Музей и развитие истории искусства. Критерий общественного использования при основании публичного музея. Функции публичного музея. Способы их воплощения. Проблемы организации работы публичного музея. Разнообразие художественных музеев. Уникальность музея среди других просветительских или культурных институтов. Структура музея. Музейная концепция. Программа музея как результат общей концепции. Социальная жизнь музея. Современный музей как предприятие.

Формирование публичных музеев — наиболее значительное явление, характеризующее историю коллекционирования XIX века. Историческая концепция музея XIX века. Документальный характер музейных собраний в XIX веке. Склонность ранних публичных музеев к старым или устоявшимся школам искусства. Ограниченность функций первых публичных музеев. Обращенность ранних публичных музеев к элитарной публике. Концепция музея-храма. В. Ваккенродер, И. Гете, Г. Зедльмайр и их понимание музея. Принципы организации работы публичного музея эпохи В. Гумбольдта. Новые подходы к изучению истории искусства и развитие музейного дела к концу XIX — началу XX века.

Превращение частных американских собраний в публичные музеи — наиболее важный факт в истории музеев XX века. Просветительский характер американских музеев с момента их основания.

Изменение концепции музея в XX веке. Демократизация музеев. Усиление роли образовательной функции публичного музея в XX веке. Коммуникативная роль музея в современном мире. Дифференцированность музеев согласно типу коллекции и культуре страны. Музеи старого и современного искусства. Европейские и американские музеи, история их формирования. Опыт музейного строительства Японии, Израиля и других стран. Создание мультидисциплинарных музейных комплексов. Организации музейных комплексов как части городской структуры. Проблемы функционирования музея в обществе. Социально-экономические отношения музея с окружающим миром. Расширение деятельности современного музея по сравнению с более ранними. Предпринимательская, финансовая, научная, педагогическая, экспертная, реставрационная деятельность современных музеев. Советы попечителей. Современное понимание музея и его цели.

Тема 3. Собирательство в России

Основы собирательства в России, заложенные в петровскую эпоху. Научные собрания. Петербургская Кунсткамера. Оружейная палата. Начало активного художественного собирательства в России во втором десятилетии XVIII века.

Собирательская деятельность Петра I. Дворцовые галереи Петербурга и Петергофа первой половины XVIII века. Античная и итальянская скульптура в России. Деятельность европейских художников и мастеров в России. Частные собрания Петербурга в середине XVIII века. Судьба собрания И.И. Шувалова. Основание «Академии трех знатнейших искусств» (1757). Собирательство в царствование Екатерины II. Особенности создания Эрмитажной картинной галереи (1764). Формирование Эрмитажного собрания. Расцвет частного собирательства во второй половине XVIII века. Крупнейшие русские коллекционеры этого времени: М.П. и Д.М. Голицыны. И.И. Шувалов, А.С. Строганов, Н.П. Шереметев, Н.В. Юсупов и др. История формирования и дальнейшая судьба этих собраний. Каталоги Строгановской галереи, изданные им самим.

Тема 4. Музейная экспозиция

Музейный предмет. Внутренние аспекты коллекционирования в XVIII-XIX веках и связанные с ними экспозиционные критерии. Размещение дворцовых собраний Проблемы организации и экспозиции художественных собраний в момент начала его публичного использования. Развитие тенденции к систематизации музейных экспонатов в середине XVIII века. Принцип экспозиции живописи в Восточном крыле Люксембургского дворца в середине XVIII века, основанный на теории Роже де Пиля. Характер экспонирования музейных предметов в ранних публичных музеях второй половины XVIII века. Энциклопедическая система экспозиции во второй половине XVIII века и ее образовательная эффективность. Зарождение идей романтизма и стремление к моделированию окружающей атмосферы, соответствующей времени создания музейного предмета при его экспонировании.

XIX век — время разрушения единства зданий и произведений искусства, специально для них созданных. Постановка вопроса о связи экспозиции и музейной архитектуры. Концепция музея XIX века и экспозиция. Проблемы экспонирования произведений изобразительного искусства, рассмотренные музейной комиссией под председательством В. Гумбольдта в Берлине. Теория экспозиции и ее связь с эстетическими взглядами времени.

Новая концепция музея в XX веке и связанные с ней проблемы экспонирования. Собрание подлинных художественных предметов и их представление публике — единственная важнейшая характеристика музея. Значение свидетельств о происхождении музейного экспоната, его истории и документации. Оценка экспонируемых произведений самим музеем. Необходимость соответствия предметов, демонстрируемых публике уровню музейного фонда. Проблемы эстетического, художественного, исторического выбора при классификации и экспонировании художественных предметов Зависимость представления о ценности или достоинствах художественного произведения от способа его экспонирования. Умение выявить в экспозиции индивидуальность каждого предмета, представив эволюцию того или иного художественного явления. Факторы, определяющие подход каждого музея или галереи к созданию экспозиции: базовая политика или концепция музея, люди, занимающиеся созданием экспозиции и ее развитием, природа самой коллекции, бюджет, время создания музея и проч. Соединение концептуального содержания собрания и визуального опыта при подготовке экспозиции — важное условие хорошей экспозиции. Разнообразие критериев, определяющих способ экспонирования произведений искусства, имеющихся в музее: топографический, хронологический, исторический, систематический, эстетический, символический, стилистический,

декоративный, моделирование естественной среды обитания выставленных художественных произведений. Множество других критериев, которые отстаиваются специалистами или используются в работе музея; Учет психологических аспектов восприятия и поведения человека в определенных ситуациях при построении экспозиции. Сглаживание противоречий между собственными интересами музея и требованиями публики при подготовке музейной экспозиции. Необходимые условия, в которые музей ставит посетителя для точной оценки экспонатов.

Тема 5. Частное собирательство с конца XVIII века до наших дней

Ослабление традиционных мотивов в развитии частного собирательства. Новые взаимоотношения между художником и коллекционером. Художник и публика. Триумф романтизма и создание коллекций раннехристианского и средневекового искусства. Рост числа специализированных коллекций: прикладного искусства, костюмов, восточного искусства, исторических собраний и проч. Эклектика в частном собирательстве. Критерий исторического отбора при создании коллекции во второй половине XIX века. Интерес к произведениям мастеров Раннего Возрождения. Универсальность художественных собраний, создаваемых в XIX веке. Научное и этнографическое коллекционирование в конце XIX — начале XX века. Искусство Востока в европейских художественных собраниях. Связь этих собраний с современной им художественной практикой. Научные систематизированные каталоги-резюме. Собирательство, каталоги распродаж и периодическая печать. Главные центры европейского художественного рынка в XIX веке.

Вхождение Америки в область художественного коллекционирования во второй половине XIX века. Особенности собирательства в Америке. Рост количества американских частных собраний. Создание выдающихся коллекций традиционного искусства в Америке после 1900 года и их значение для истории искусства. Крупнейшие американские коллекционеры XX века: Х. Уолтер, Э. Меллон, П. Морган, Б. Альтман, Г. Фрик и другие. Учреждение и развитие американских музеев на основе частных собраний. Национальная галерея Вашингтона, Публичная библиотека П. Моргана в Нью-Йорке, Метрополитен-музей в Нью-Йорке и многие другие.

Коллекционирование современного искусства. Париж — мировой центр торговли современными произведениями искусства. Агенты по торговле современной живописью: Амбруаз Воллар, Поль Дюран-Рюэль и др. Европейские и американские коллекционеры современного искусства: Г. и Л. Стайн, А. Барнес, Н. Рокфеллер, П. и С. Гугенхайм, А. Рено, А. Скира, С. Курто и многие другие. Судьба этих собраний. Собирательство во второй половине и конце XX столетия.

Учебно-методическое обеспечение программы

Основная литература

1. *Бенуа А. Н.* Юсуповская галерея. // Мир искусства. 1900. № 23-24.
2. *Муратов П. П.* Музей изящных искусств в Москве. // Аполлон. 1912. № 9. С. 43—49.
3. *Столянский П.* Старый Петербург. Торговля художественными произведениями в XIII веке —
4. Старые годы. 1913. Май, июнь, октябрь, ноябрь. *Чаянов А.* Московские собрания картин 100 лет назад. М., 1917. *Муратов П. П.* Новое собирательство. // Среди

коллекционеров. 1921. № 3. С. 1-3. *Грабарь И.Э.* Глаз. // Среди коллекционеров. 1921. № 4. С. 3-10.

5. *Эфрос А.М.* Петербургское и московское собирательство (параллели). // Среди коллекционера

6. 1921. №4. С. 13-20. *Фридендер М.* Подлинник и подделка. Берлин, 1929. *Шмит Ф.И.* Музейное дело. Вопросы экспозиции. Л., 1929. *Бенуа А.* Искусство Франции эпохи революции и первой империи. М.-Л., 1940. *Овсянникова С.А.* Частное собирательство в России в XIII — первой половине XIX века. //

7. Очерки истории музейного дела в России. М., 1961. Вып. III. *Гете И.* Коллекционер и его близкие. Собр. соч. в 10 т. М., 1980. т. 10. *Брук Я.В.* Из истории художественного собирательства в Петербурге и Москве в XIX веке

8. Третьяковская галерея. Очерки истории. 1856-1917. Л., 1981. Государственная Третьяковская галерея. Очерки истории (1856-1917). Л., 1981. Музей 3. 70 лет Государственному музею изобразительных искусств им. А.С. Пушкина. 19???. *Леттсон-Лессинг В.Ф.* История картинной галереи Эрмитажа (1764-1917). Л., 1985.

Дополнительная литература

1. *Боханов А.Н.* Коллекционеры и меценаты в России. М., 1989.

2. *Демская А., Семенова Н.* У Щукина, на Знаменке. М., 1993.

3. *Полунина Надежда, Фролов Александр.* Коллекционеры старой Москвы. М., 1997.

4. *Haskell F.* Patrons and Painters. A Study in the Relations between Italian Art and Society in the Age

5. of the Baroque. New York, 1963. *Hoist N.* Creators, Collectors and Connoisseurs. The Anatomy of Artistic Taste from Antiquity to

6. the Present Day. L., 1967. *Schlosser J.* Kunst- und Wunderkammer der Spatrenaissance. 1978.

7. *Haskell F.* Rediscoveries in art: Some Aspects of Taste, Fashion and Collecting in England and France. Ithaca., 1978.

2. Рабочая программа дисциплины «Искусство как предмет инвестирования»

Требования к результатам обучения

В результате освоения программы слушатель должен приобрести следующие знания и умения, необходимые для качественного изменения компетенций.

слушатель должен знать

- основы современного русского языка и культуры речи
- взаимоотношения человека с природой и обществом
- формы и практики современной культуры
- требования к оформлению научно-исследовательских работ
- базовый материал учебной дисциплины (закономерности и тенденции) за указанный период;

- причины возникновения, историю и особенности развития арт-бизнеса, в том числе инвестиций в сферу искусства как в России, так и в европейских странах;

слушатель должен владеть:

- понятийным аппаратом дисциплины;
- навыками деловых коммуникаций в профессиональной сфере
- основами повышения своего профессионального мастерства
- спецификой организации галерейного дела;
- познавательными подходами и методами изучения культурных форм;

слушатель должен уметь:

- пользоваться, оценивать и прогнозировать последствия своей социальной и профессиональной деятельности;
- характеризовать и оценивать деятельность инвесторов в сфере искусства;
- анализировать и воспринимать информацию из источников различного типа, работать над коллективным проектом;
- отбирать, анализировать и объективно интерпретировать материал для научно-организационной, образовательной и культурно-просветительской деятельности.
- организовывать свой труд, работу исполнителей, находить и принимать нестандартные управленческие решения

Учебно-тематический план

№п/п	Наименование темы (раздела)	Всего учебных часов	Лекции (час.)
1	2	3	4
1.	Инфраструктура рынка предметов искусства инвестиционного качества.	2	2
2.	Рыночная капитализация художников и арт-рынка – система измерения и анализа рынка предметов искусства инвестиционного качества	2	2
3.	Системный анализ рынка предметов искусства инвестиционного качества	3	3
4.	Инвестиционные стратегии на рынке предметов искусства	1	1
5.	Модели оценки художественных активов	1	1
6.	Прогноз развития арт рынка	1	1
	ВСЕГО	10	10

Тема 1. Инфраструктура рынка предметов искусства инвестиционного качества.

Рынок предметов искусства является одним из старейших инвестиционных рынков в мире. За последние 400 лет в инфраструктуре инвестиционного проекта произошли колоссальные изменения. В результате, если сотни лет назад процесса инвестирования в предметы искусства, недвижимость или венчурные проекты географической экспедиции был примерно одинаковым и основывался на одном мнении экспертов, связях и субъективных представлениях инвестора о возможных механизмах и сроках получения дохода и ожидаемой рентабельности инвестиции, в современной системе организации инвестиционных рынков только рынок предметов искусства остался свободным от научных иррациональных правил инвестирования. В данном контексте становится особенно актуальной задача детального анализа закономерностей функционирования инвестиционного рынка в области произведений искусства. Описание инфраструктуры рынка предметов искусства инвестиционного качества следует начать именно с понимания основных мотивов продавцов и покупателей на этом рынке. Государство, обычно являющееся естественным регулятором инвестиционных рынков и основным участником процесса совершенствования их инфраструктуры, не выражает интереса к формированию прозрачного рынка предметов искусства, поскольку оно не только не собирается продавать на нем принадлежащие его институтам предметы искусства. На рынке предметов искусства, как и на любом инвестиционном рынке, можно выделить два общих типа участников в зависимости от того, какую бизнес-модель они используют. Большинство из них составляют частные, государственные и профессиональные инвесторы, осуществляющие всевозможные инвестиционные, в том числе коллекционные стратегии на рынке предметов искусства. Подробно эти стратегии описаны в четвертой главе книги. Значительная часть деятельности по торговле арт-активами тем не менее может быть локализована по крупным арт-выставкам, проходящим в разных городах мира в течение всего года.

Тема 2. Рыночная капитализация художников и арт-рынка – система измерения и анализа рынка предметов искусства инвестиционного качества

В отличие от многих других инвестиционных рынков инфраструктура рынка предметов искусства архаична, информация об истинных объемах торговли, в том числе самыми дорогими работами, является закрытой. Этой информацией владеют сотни наиболее влиятельных посредников и инвесторов, пользующихся несовершенством информационной инфраструктуры рынка для извлечения дополнительных доходов от операций с предметами искусства, а также для минимизации расходов на владение крупными коллекциями, в том числе за счет занижения страховой стоимости (и страховых премий) и налоговых обязательств. В бизнесе аукционных продаж на своих домашних рынках лидируют десятки известных аукционных домов, а также сотни дилеров, покупающих и продающих выдающиеся предметы искусства от имени клиентов и от собственного имени. Существуют и альтернативные методы измерения публичного рынка предметов искусства. Наиболее известными из них являются подходы компаний Artprice и Artnet, основанные на поддержании масштабных баз данных о тысячах художников, миллионах картин и сотнях галерей и аукционных домов. Достоверность информации, репрезентативность статистических выборок и практическая полезность статистики для определения стоимости работ художников здесь стремительно снижаются по мере

движения от первой сотни наиболее дорогих авторов (по совокупной стоимости написанных ими работ). Цель ключевых индикаторов инвестиционного сегмента рынка предметов искусства заключается в максимально объективном отображении текущих тенденций неновой динамики и «глубины» (ликвидности) публичного рынка наиболее дорогих предметов искусства. Также эти ключевые индикаторы позволяют оценить состав рынка (структуру рыночной капитализации по отраслям по аналогии с анализом фондового рынка) и распределение стоимости, объемов торговли и темпов роста стоимости по видам предметов искусства. Учет фактора временной стоимости денег в расчете цен предметов искусства позволяет привести оплаченные покупателями в разное время цепы картин к единому показателю «сегодняшних» долларов (механизм, известный в финансовой науке как «приведенная стоимость» и применяемый в контексте методики расчета рейтингов предметов искусства в реальных ценах.

Тема 3. Сегментный анализ рынка предметов искусства инвестиционного качества

Общие (ключевые) индикаторы показывают, что рынок предметов искусства справедливо считается низколиквидным и недостаточно емким для крупных институциональных инвесторов. Если добавить к этой общей картине рынка предметов искусства инвестиционного качества высокие транзакционные издержки и общую широкую прозрачность рынка предметов искусства, подробно описанные в первой главе, то отсутствие интереса институциональных инвесторов к арт-рынку как к объекту альтернативных инвестиций обоснованно. В мировой практике существует несколько подходов к оценке шедевров, т.е. к переводу бесценного культурного наследия цивилизаций в денежные знаки в тех редких случаях, когда это наследие попадает на открытый рынок. Главную скрипку играют эксперты — это члены касты признанных авторитетов, сотрудники крупных аукционных домов, частных и государственных музеев, галерей и фондов, написавшие массу монографий. Qua их суждения проистекает из заслуженной на протяжении десятков лет репутации в области аутентификации (способность отличить подлинник от подделки) шедевров великих мастеров и накопленных знаний в отношении сделок со значительными предметами искусства. Недовольство экспертами вылилось в создание независимых, рациональных и публично открытых подходов оценки шедевров. Пионерами таких подходов, основанных на обработке статистической информации об аукционных продажах, стали французские компании Artprice и Лкопп, а также немецкая Artnet. Похожий на торговлю коврами или обоями в хозяйственном магазине подход оказался удивительно эффективен для большинства произведений искусства. Элемент свободного обращения является важнейшим в определении веса фактора имени. Наличие регулярного предложения картин одного автора на открытом публичном рынке чрезвычайно благоприятно сказывается на оценке работ в наиболее дорогом сегменте арт-рынка. Распространенным инструментом статистического анализа является показатель «стандартное отклонение», или «стандартная девиация». Он служит для определения степени отклонения статистического ряда от средней величины. Этот элемент оценки фактора имени при определении стоимости картин время от времени используется KunstAAI для тестовых расчетов

Тема 4. Инвестиционные стратегии на рынке предметов искусства

Как показывает практика, ознакомившись с такими особенностями рынка предметов искусства, как вероятный риск подделок, исключительно высокие

транзакционные расходы, отсутствие прозрачной информации о спросе, предложении и ценах на предметы искусства, а также их низкая ликвидность в сравнении с любыми альтернативными инвестиционными рынками, многие профессиональные инвесторы делают вывод, который разделяют и авторы настоящего руководства. Общей целью стратегии «продюсировать» является достижение в краткосрочной перспективе спекулятивного роста цен на те или иные предметы искусства. В долгосрочной перспективе целью этой стратегии является достижение таких уровней терминальной стоимости, которые поставили бы те или иные работы по уровню их рыночной оценки в ряд с мировыми шедеврами. В данном разделе термин «коллекционирование» используется для определения стратегии размещения частных или государственных капиталов в любые сегменты арт-рынка, осуществляемой без рационального планирования выхода из таких инвестиций (их продажи). Иными словами, в отличие от традиционных стратегий такие капиталовложения осуществляются не с целью максимизировать рентабельность инвестированного капитала, а ради нематериальных задач вроде сохранения культурного наследия, коллекционного азарта, радости владения и на прочим исключительно субъективным мотивам приобретения предметов искусства. В мире существуют сотни крупных музеев, фондов и трастов, созданных для сохранения культурного наследия и выполнения образовательной и просветительской миссии в обществе. Эти институты формируют и постоянно пополняют масштабные коллекции предметов искусства, часть которых находится в постоянном публичном показе. Экономика этих организаций чаще всего основана на смешанных в разных пропорциях государственной поддержке, взносах меценатов и собственных доходах, включая кассовые сборы с посетителей открытых публике галерей, доходы от аренды помещений и организации всевозможных мероприятий, доходы от лицензий на продажу интеллектуальной собственности (архивы изображений), сувенирной продукции и прочей коммерческой деятельности (вроде выдачи лицензии на управление рестораном на территории музея или на коммерческое использование торговой марки). Идентифицировав таким образом потенциальных покупателей предметов искусства в среде государственных и частных музеев, владельцам арт-активов, заинтересованным в максимальной прибыли на инвестированный в предметы искусства капитал, необходимо разработать стратегию целевого маркетинга принадлежащих им работ. Традиционной формой такого маркетинга становится активная public relations кампания, построенная на пересечении истории предмета искусства и сферы интересов инвестиционной деятельности музея.

Тема 5. Модели оценки художественных активов.

При всем видимом изобилии предметов искусства и обслуживающих сферу изобразительных искусств коммерческих фирм, аукционов, дилеров, информационных компании и консультантов выбор для рациональных инвестиционных стратегии на арт-рынке невелик. Прежде чем перейти к описанию в этой главе алгоритма оценки художественных активов, разработанного компанией KunstAM для поддержания процесса принятия решений о вложении капиталов на арт-рынке, сформулируем несколько выводов о применимости инвестиционных стратегий в сфере изобразительного искусства. Модель оценки художественных активов (МОХА) применима только в тех случаях, когда инвестор приобретает (или продает) предмет искусства с целью получить прибыль на инвестированный капитал. В основе принятого в современной практике подхода к

определению расчета справедливой цены предмета искусства лежит мнение эксперта или экспертов — предметы искусства не только не являются «стандартным биржевым товаром», но и, как было показано ранее, рынок предметов искусства является настолько низколиквидным и непрозрачным, что он не в состоянии выполнять свою главную роль: формировать публично известную цену на арт-активы. Объективный подход к определению цены предмета искусства предполагает использование заложенной в первом правиле KunstAM концепции разделения понятий расчетной цены предмета искусства и его справедливой цены. Расчет премии за иррациональность (цену восприятия, *IP*) — это рациональный алгоритм оценки эмоциональных особенностей ценообразования на рынке предметов искусства, не связанных с собственно инвестиционными качествами арт-актива.

Тема 6. Прогноз развития арт-рынка

Истории продаж предметов искусства на крупных международных аукционах по баснословным ценам повторяются с завидным постоянством и занятой схожестью интриги, основанной на уникальном случае появления на аукционном рынке шедевров из широко известной частной коллекции. За последние 50 лет история с покупкой картины по заоблачным ценам повторялась неоднократно. Как показывает анализ повторных продаж, за последние 20 лет ни одна картина реальной стоимостью более 25 млн долл. США не была повторно продана на открытом рынке предметов искусства. Это свидетельствует о значительном риске ликвидности и вероятных финансовых потерь при покупке картин по цене свыше 20-25 млн долл. Рациональные инвесторы в арт-активы могут смело принимать решение о повышении цен на значительные предметы искусства в случае появления уникальных коллекций на открытом рынке. Специалисты KunstAM ожидают, что конъюнктура рынка работ современного искусства будет меняться именно по сценарию резких скачков уровней оценки отдельных мастеров. Пожалуй, самой интересной перспективной тенденцией развития мирового арт-рынка станет дальнейшая эволюция стратегии «продюсирования» предметов искусства, прежде всего работ современных мастеров. Пока неизвестно, какой след в мировой истории оставят эксперименты современного искусства с изобразительными формами, однако уже сейчас ясно, что традиционные холст и краски как художественная форма способны найти свое место. В то же время XX век привнес в культурную жизнь радикальные изменения, которые пока не нашли отражения в организации рынка изобразительных искусств. Речь идет о бизнес-модели коммерциализации интеллектуальной собственности. Защита авторских прав дизайнеров, музыкантов и писателей с их последующей коммерческой эксплуатацией через множество медийных форм и мерчандайзинг существенно изменили жизненную форму соответствующих искусств. Некоторые крупнейшие мировые музеи уже признали и активно следуют тенденции меняющейся роли музеев в современном обществе. В первую очередь музеи должны постепенно отказываться от модели «священных хранилищ» предметов искусства — распространение информационных технологий делает информацию о предметах искусства доступной широкой публике точно так же, как это уже произошло с библиотечными архивами. Статичная форма традиционных музеев делает их неконкурентоспособными с иными медийными формами, что не позволяет музеям выполнять свою главную просветительскую функцию.

Учебно-методическое обеспечение программы

1. Руководство по инвестированию на рынке предметов искусства / С. Скатерщиков, В. Кориневский, О. Яковенко, К. Пихлер, Т. Цимке, Н. Хансен.— М.: Лышна Бизнес Букс, 2006. — 224 с.
2. Соколов, К. Долгосрочное планирование в сфере культуры. -М., 1987.
3. Тулупов, Г.П. Основы предпринимательской деятельности: конспекты лекций. -М., 1999.
4. Художественный рынок [Текст] : вопросы теории, истории, методологии / А. В. Карпов [и др.]; науч. ред. Т. Е. Шехтер. - СПб. : СПбГУП, 2004. - 228, [1] с.
5. Производство и потребление культурных продуктов. Материалы круглого стола «ОЗ», 23 сентября 2005 г. /Д. Дондурей, А. Прохоров, А. Голубовский, А. Дмитриев, М. Калужский. // Отечественные записки. – 2005. - № 4. - <http://www.strana-oz.ru/?numid=25&article=1092>
6. Пашков, Б.И. Управление непроеизводственной сферой. -М.: Экономика, 1990.
7. Мелихова, Е. Л. Художественная галерея: торговля искусством? [Текст] / Е.Л. Мелихова // Социологические исследования. - 2000. - № 4. - С. 125-127.
8. Новикова, Г.Н. Социокультурные концепции управления в арт-менеджменте [Текст] / Г.Н. Новикова // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. - 2005. - N2. - С. 83-88.
9. Ковалев А. Художественная экономика России – место, где господин де Журден встречается с великим Гэтсби / А. Ковалев. // Арт-азбука. <http://azbuka.gif.ru/important/hudekonomika/>
10. Володина, Т.Е. Изменения в бухгалтерском учете: особенности учета отдельных операций по предпринимательской деятельности в учреждениях культуры и искусства / Т.Е. Володина // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2006. – № 7. – С. 27-32.

3. Рабочая программа дисциплины «Искусство как коммуникация. Арт-критика. Ивенты. Социальные сети.»

Требования к результатам обучения

В результате освоения программы слушатель должен приобрести следующие знания и умения, необходимые для качественного изменения компетенций.

слушатель должен знать:

- особенности и инструменты коммуникации в сфере искусства;
- особенности правового регулирования в области искусства и антиквариата;
- исторические особенности формирования и развития и современную ситуацию в сфере искусства и культуры в Европе, США, РФ;
- важнейшие тенденции развития современного российского и мирового художественного процесса;
- процесс создания и продвижения медиа-продукта;
- особенности продвижения культурного продукта с помощью социальных сетей;
- основные издания и сетевые ресурсы по тематике курса;
- получаемые в ходе обучения компетенции.

слушатель должен уметь:

- ориентироваться в ситуации на современном арт-рынке;
- владеть информацией в соответствии с современной исторической и общественно-экономической ситуацией на мировом и российском арт-рынке.

Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего часов	В том числе
			Лекции
1	2	3	4
1	Раздел 1. Коммуникация в сфере культуры и искусства	10	10
1.1	Понятия «коммуникация», «арт-критика», «ивент», SMM.	2	2
1.2	Медиа как феномен культуры и искусства.	3	3
1.3	Арт-критик и его роль в художественном процессе.	3	3
1.4	Работа с социальными сетями в сфере культуры и искусства	2	2
2	Раздел 2. Российский контекст	2	2
2.1	Арт-критика в России: становление и современное состояние.	1	1
2.2	Интеллектуальная собственность в сфере искусства и культуры.	1	1
ВСЕГО		12	12

Учебная программа

Раздел 1.

Тема 1.1. Понятия «коммуникация», «медиа», «арт-критика», «ивент», SMM.

Предмет, содержание, задачи курса «Искусство как коммуникация. Арт-критика. Ивенты. Социальные сети». Объем и содержание терминов «коммуникация», «арт-критика», «ивент», «SMM». Специфика этой сферы деятельности, история ее формирования и необходимые навыки. Организация мероприятий в сфере культуры и искусства.

Тема 1.2. Медиа как феномен культуры и искусства.

Новые медиа как новая коммуникационная среда. Коммуникация как объект исследования. Инструменты коммуникации. Как создать медиапроект в интернете и заставить его работать. Создание медиа-проектов в сфере культуры и искусства.

Тема 1.3. Арт-критик и его роль в художественном процессе.

Арт-критика и художественное производство, искусство как коммуникационный жест; критик как «художественный комментатор», критик и экспертное сообщество, критики и публика, «место» критика как проблема; критика и «художественный арбитраж», критика в системе полей культуры, критика и «система современного искусства», дискурс критики и критический капитал. Арт-критика в современных СМИ.

Тема 1.4. Работа с социальными сетями в сфере культуры и искусства.

Понятие, цели и задачи Social Media Marketing (SMM). SMM как способ продвижения культурного проекта, информирования и привлечения лояльной аудитории. Особенности продвижения в интернет-среде посредством социальных сетей. Основные инструменты SMM для продвижения культурного проекта. Наиболее успешные кейсы продвижения российских и зарубежных арт-проектов посредством SMM. Продвижение музея, галереи, культурного проекта, персоны художника, куратора в социальных сетях Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, через сервисы блоггинга. Создание сообществ и привлечение целевой аудитории на мероприятия. Мониторинг и получение обратной связи.

Раздел 2.

Тема 2.1. Арт-критика в России: становление и современное состояние.

Особенности и характерные черты отечественной арт-индустрии, национальный компонент, ментальность. Этапы складывания деятельности арт-критика в России, теоретические и методологические основания его работы. Влияние критики на формирование рынка искусств. Арт-критики, художники и кураторы: особенности взаимодействия в российском контексте. Обзор наиболее авторитетных СМИ и сетевых ресурсов.

Тема 2.2. Интеллектуальная собственность в сфере искусства и культуры.

Понятия «интеллектуальная собственность», «авторское право», «смежное право», «свободное пользование произведением», «право следования». Законы РФ, охраняющие авторские права и смежные права. Организации, защищающие права авторов.

Учебно-методическое обеспечение программы

Основная литература:

1. Беньямин В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости.
2. – Издательство «Медиум», 1996.
3. Вельфлин Г. *Основные понятия истории искусств*: проблема эволюции стиля в новом искусстве. — М., 2009
4. Гаврилов Э. П. Комментарий к закону РФ "Об авторском праве и смежных правах".
5. Судебная практика, 2003.
6. Калемина В. В., Рябченко Е. А. Договорное право.- М.: Издательство: Омега-Л,
7. 2011.
8. Мизиано В. Пять лекций о кураторстве. М.: Ад Маргинем Пресс, 2014.
9. Сибрук Д. Nowrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры. М.: Ад Маргинем Пресс.2005
10. Чермянинов Д. В. Таможенное право. – М.: Издательство «Юрайт», 2011
11. Обрист Х.У. Краткая история кураторства. М. Ад Маргинем Пресс, 2012.
12. Фрэзер А. От критики институций к институту критики // Художественный журнал. 2013. № 88.
13. Черных А. Мир современных медиа. М.: Территория будущего. 2007
14. Эрнандэс-Наварро М.А. Требования куратора: об этике преданности // Художественный журнал. 2011. № 83. с. 81-87

Дополнительная литература:

1. Андреева Е.Ю. Всё и Ничто. Символические фигуры в искусстве второй половины XX века. М., 2011
2. Бишоп К. Радикальная музеология или так уж «современны» музеи современного искусства? Ад Маргинем Пресс. 2013
3. Вирно П. Грамматика множества. К анализу форм современной жизни. М.: Ад Маргинем Пресс. 2013
4. Гилен П. Художественная сцена: производственная ячейка экономической эксплуатации? // Художественный журнал. № 82.
5. Де Тюв Т. Глокальное и сингуниверсальное. Размышления об искусстве и культуре в глобальном мире // Художественный журнал. 2011. № 84.
6. Доброва У.П., Челован А.Е. Цена искусства: роль искусствоведческого анализа в сравнительном методе оценки арт-объекта//Актуальные проблемы российской и зарубежной экономики: Сборник научных работ молодых исследователей. Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена. Факультет экономики. СПб., 2012.
7. Досси П. Продано! Искусство и деньги. – М.: Издательство К. Тублина, 2011
8. Лиссман К. П. Философия современного искусства, 2011
9. Назаревская Н. Антикварный рынок в России XVIII-XX веков, 2006.
10. Рид Г. Краткая история современной живописи. М.: Искусство-XXI век, 2009

11. Скатерщиков С. Руководство по инвестированию в предметы искусства. М: Альпина
12. Бизнес Букс, 2006.
13. Соловьев В. Д. Определитель стоимости живописи. Quick Price 2005.
14. Дональд Томпсон. «Как продать за \$12 миллионов чучело акулы». М., 2009
15. Уэльбек М. Мир как супермаркет. М.: Ад Маргинем Пресс. 2014
16. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.:
17. Издательство «Классика-XXI», 2005.
18. Тульчинский, Г.Л. Менеджмент в сфере культуры: учеб. пособие/ Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова.- СПб.: Лань: Планета музыки, 2009 Ульяновский, А.В. Реклама в сфере культуры: учеб. пособие.- СПб.: Лань, 2012

4. Рабочая программа дисциплины «Технологии продаж искусства как товаров класса люкс»

Требования к результатам обучения

В результате освоения программы слушатель должен приобрести следующие знания и умения, необходимые для качественного изменения компетенций.

слушатель должен знать:

- основы современного русского языка и культуры речи
- взаимоотношения человека с природой и обществом
- формы и практики современной культуры
- требования к оформлению научно-исследовательских работ
- базовый материал учебной дисциплины (закономерности и тенденции) за указанный период;
- причины возникновения, историю и особенности развития арт-бизнеса, в том числе особенностей продаж произведений искусства искусства как в России, так и в европейских странах;

слушатель должен владеть:

- понятийным аппаратом дисциплины;
- навыками деловых коммуникаций в профессиональной сфере
- основами повышения своего профессионального мастерства
- спецификой организации продаж товаров класса люкс;
- познавательными подходами и методами изучения культурных форм;

слушатель должен уметь:

- пользоваться, оценивать и прогнозировать последствия своей социальной и профессиональной деятельности;
- характеризовать и оценивать деятельность продавцов и покупателей в сфере искусства; анализировать и воспринимать информацию из источников различного типа, работать над коллективным проектом;
- отбирать, анализировать и объективно интерпретировать материал для научно-организационной, образовательной и культурно-просветительской деятельности.
- организовывать свой труд, работу исполнителей, находить и принимать нестандартные управленческие решения

Учебно-тематический план

№п/п	Наименование темы (раздела)	ВСЕГО (час)	Лекции (час.)
1	2	3	4
1.	Маркетинг товаров класса люкс: современная интерпретация и базовые концепции	1	1
2.	Категория товаров класса люкс и понятие роскоши. Демонстративное потребление.	2	2
3.	Теоретические основы маркетинговых коммуникаций в продажах предметов класса люкс	2	2

4.	Составляющие маркетинговых коммуникаций в сфере товаров класса люкс	2	2
5.	Конкурентоспособные маркетинговые стратегии компаний в сегменте предметов класса ЛЮКС	2	2
6.	Эффекты Лейбенштейна и сигнальные модели	1	1
	ВСЕГО	10	10

Учебная программа

Тема 1. Маркетинг товаров класса люкс: современная интерпретация и базовые концепции

Сегодня в экономической науке товары, относящиеся к роскоши, или классу люкс, рассматриваются как иллюстрация зависимости спроса от величины личного дохода: ситуация, когда с увеличением личного дохода растет и спрос. В свою очередь в современном маркетинге понятие «роскошь» чаще всего используется для обозначения специфического предложения (высшего по качеству и цене) почти в любой категории продуктов или услуг. Существование демонстративного потребления как основного сигнала для передачи социального статуса во внешнее окружение привело к появлению так называемых сигнальных моделей. Г. Корнео и О. Джинне исследовали эффект присоединения к большинству, эффект сноба и предложили сигнальные модели, в которых демонстративное потребление рассматривалось как видимый элемент высокого социального статуса. Удалось выделить два основных стимула демонстративного потребления:

- 1) желание не быть идентифицированным как бедный;
- 2) стремление быть идентифицированным как богатый.

В первом случае, когда основным стимулом является желание не быть принятым за бедного, начинает работать эффект присоединения к большинству; во втором случае основным стимулом становится идентификация с богатыми — проявляется эффект сноба. В своем исследовании Г. Корнео и О. Джинне также подтвердили существование эффекта Веблена, когда ценность покупки как приобретения статусного символа возрастает вместе с ростом цены на продукт или услугу. В такой ситуации цена товара в большей степени является сигналом о качестве самого потребления (или потребителя), нежели о качестве продукта. В некоторых случаях рост цены демонстративно потребляемого товара усиливает сигнал о том, что на данный продукт растет рыночный спрос. В подобном случае потребительское поведение обусловлено желанием избежать социального ostracизма в большей степени, чем стремлением приобрести определённый статус. Авторы современных исследований также доказали, что введение налогов на демонстративно потребляемые товары приведет к увеличению спроса на них и, соответственно, к негативным последствиям для всеобщего благосостояния.

Тема 2. Категория товаров класса люкс и понятие роскоши. Демонстративное потребление.

Ставшая классической, работа американского экономиста и социолога Т. Веблена (1857–1929) «Теория праздного класса: экономическое исследование институтов» была опубликована в 1899 г. Она заложила основу для объяснения потребительского поведения при покупке товаров класса люкс. Именно Т. Веблену принадлежит термин «*демонстративное потребление*» (*conspicuous consumption*), который используется для описания процесса приобретения дорогостоящих товаров и услуг не из соображений полезности или функциональности, а с целью демонстрации высокого социального статуса и личного благосостояния. Данная дефиниция прочно закрепились в маркетинговой и экономической литературе.

Т. Веблен ввел в практику и такие понятия, как «*денежное соперничество*» (*pecuniary emulation*) и «*завистническое сравнение*» (*invidious comparison*). Эти термины помогают выделить определенные поведенческие характеристики людей при покупке роскоши. Упрощая весьма пространные рассуждения, можно сказать, что завистническое сравнение, по мнению Т. Веблена, проявляется как мотив потребления тогда, когда богатым важно при помощи покупки продемонстрировать свое отличие от бедных и вызвать зависть у окружающих. Денежное соперничество в свою очередь — явление, обратное завистническому сравнению: в качестве мотива потребления оно характерно для бедных (посредством покупок роскоши они хотят добиться того, чтобы все принимали их за богатых). Еще одной крайне важной стратегией статусной и классовой дифференциации Т. Веблен называет «*демонстративную праздность*»

(*conspicuous leisure*). Это не просто воздержание от труда, но подчеркнутое десантирование от всего, что связано с трудом как с деятельностью непрестижной и неблагородной. Преобладание белого цвета в одежде, крой платья, затрудняющий свободные движения, благородная бледность становятся демонстративными примерами свободы от труда и средством подчеркнутой отстраненности от тех групп, которые вынуждены работать. Если же представители высшего класса и вовлекаются в какую-то деятельность, то чаще всего ей оказываются занятия искусством, чистой наукой или благотворительностью. Все это становится лишь дополнительным выражением праздности, т.к. престиж подобных видов деятельности обусловлен тем, что они не связаны с добыванием хлеба насущного и тем самым отвергают грубый утилитаризм. Труд оказывается позорным не сам по себе, а как свидетельство бедности, как маркер низкого социального статуса человека.

Со временем, указывает Т. Веблен, стратегия демонстративной праздности уступает место другой поведенческой стратегии высшего класса — демонстративному потреблению, выражающемуся в покупке наиболее дорогостоящих предметов или приобретении благ, количество которых превышает личные потребности. Сначала может показаться, что все это выглядит как нерациональное использование ограниченных ресурсов, избыточное потребление, бездумное расточительство (выбрасывание денег на ветер). Но в действительности подобные практики (не имеет значения осознанные или неосознанные) формируют публичные доказательства уровня благосостояния, платежеспособности, а также выполняют роль маркеров высокого социального статуса индивида. Во время вечеринки ванна наполняется шампанским не потому, что данный напиток полезен для кожи, а потому, что это демонстрирует возможности потребления,

выходящего за границы повседневных потребностей. Одним из следствий подобной демонстрации платежеспособности и

Тема 3. Теоретические основы маркетинговых коммуникаций в продажах предметов класса люкс

Понятие и виды коммуникаций. Теоретические основания и определения. Основные компоненты коммуникативного процесса. Подходы к пониманию коммуникаций. Специализация коммуникации. Компоненты коммуникации. Субъекты коммуникационного процесса. Средства коммуникации. Предмет коммуникации. Эффекты коммуникации. Классификация коммуникаций. Типы и виды коммуникаций в индустрии моды. Формы взаимодействия с реципиентом. Влияние среды взаимодействия на результат коммуникационного процесса. Сегменты и структура товаров класса люкс. Критерии оценки сегментов рынка роскоши. Качество изделий. Ценовая политика. Способ выпуска изделий. Группы товаров высшей ценовой категории. Организационная культура фирмы. Корпоративная культура как бренд. Философия. Кадровая политика. Стиль ведения бизнеса. Стратегия. Организация пространства, атмосфера и оформление магазина. Оформление витрин. История-легенда бренда.

Реклама и мероприятия по связям с общественностью. Общая художественная концепция и стратегия рекламной кампании. Элементы креативной стратегии. Текстовая основа. Художественная основа. Техническое обеспечение. Определение рекламного агентства и рекламных площадок. Признаки выбора агентства. Направление деятельности. Информативность предоставляемых материалов. Креативность и индивидуальный подход. Система контроля. Ценовая политика.

Тема 4. Составляющие маркетинговых коммуникаций в сфере товаров класса люкс

Принципы маркетинга товаров класса люкс. Понятие «роскошь», «стиль» и «элегантность». Характеристика модного бренда класса люкс. Составляющие понятия «роскошь». Отличия для модных брендов класса люкс. Особенности расположения торговых точек товаров люксовых брендов. Особенности развития сегмента класса люкс. Основные сегменты товаров класса люкс. Характеристика потребителей товаров класса люкс. Функциональные и символические потребности. Маркетинговые стратегии в сегменте товаров класса люкс. Перспективные рынки. Полный цикл маркетинга на предприятиях продаж товаров класса люкс. Анализ маркетинговой среды. Определение потребительских групп. Планирование (проектирование) нового товара или услуги. Планирование товародвижения, продвижения и сбыта. Управление маркетингом

Маркетинговая среда товаров класса люкс. Внутренняя и внешняя среды. Макро и микро среда компании. Структура внутренней среды компании. Структура внешней среды. Факторы макро и микро среды.

Тема 5. Конкурентоспособные маркетинговые стратегии компаний в сегменте предметов класса ЛЮКС

В начале 1990-х гг. французские специалисты по маркетингу обратили внимание на влияние такого фактора, как культура, на характер спроса при потреблении роскоши и занялись исследованием подобного феномена. Б. Дюбуа и П. Дюкес [18] исходили из общепризнанной в экономике идеи, что в основном клиентами, потребляющими роскошь, являются представители высокодоходных слоев общества. В этом случае потребительская платежеспособность и покупательная способность выступают существенными элементами, определяющими характер и размер спроса на товары описываемой категории.

Отсюда проистекает весьма популярный и до недавнего времени основной принцип сегментации потребителей на рынке роскоши — сегментации по доходу. Однако исследователи обратили внимание на тот факт, что потребление роскоши зависит не только от экономических факторов: тезис Т. Веблена о символической, или социальной, значимости роскоши находит свое подтверждение и отражается во многих культурных практиках. Социальные эффекты влияния на спрос, впервые описанные Х. Лейбенштайном, получили в ряде последующих публикаций серьезную доказательную базу [9]. В современных исследованиях поведения потребителей отмечались и такие мотивы, как мотив гедонизма, согласно которому приобретение и использование роскоши призваны удовлетворить потребительский аппетит в области владения символами и знаками [25; 33], и мотив расширения своей личности через потребление [5]. Поэтому вовлеченность в культуру (так называемая культурная идентификация) и принятие перемен, происходящих в культуре, также могут являться основой для сегментации потребителей роскоши. Используя методологию и выборку респондентов исследования *Anticipating Change in Europe (ACE)*, проведенного Исследовательским институтом социальных изменений (*Research Institute of Social Change RISC*; Швейцария), было отобрано 7600 респондентов на пяти основных европейских рынках потребления роскоши (Великобритания, Франция, Германия, Италия, Испания). Проведенное исследование показало, что, имея лишь данные об уровне дохода представителей целевой аудитории — потребителей роскоши, невозможно воссоздать культурный профиль этой аудитории, и наоборот. Однако вместе такие переменные, как «доход» и «культура», способны показать уровень проникновения роскоши в жизнь потребителей на конкретном рынке. Используя данные регрессионного анализа, Б. Дюбуа и П. Дюкес предложили *уравнение роскоши*. Оно иллюстрирует прямую зависимость уровня потребления роскоши от уровня дохода и культуры людей. Другими словами, сам по себе уровень дохода, безусловно, влияет на проникновение роскоши на рынок, но если вместе с уровнем дохода растет и культура целевой аудитории, расширяются культурные связи и практики ее представителей, то роскошь становится более востребованной.

Тема 6. Эффекты Лейбенштайна и сигнальные модели.

Понятия «Эффект присоединения к большинству (*bandwagon effect*), эффект сноба (*snob effect*) и эффект Веблена (*Veblen effect*).

Эффект присоединения к большинству побуждает потребителя приобретать то, что покупают все или большинство. Это необходимо ему для того, чтобы чувствовать себя равным другим и выдерживать общий стиль. Более точно этот эффект можно описать как случай, когда какой-либо человек предьявляет большой спрос на товар из-за того, что некоторые или все остальные покупатели также предьявляют большой спрос на данный продукт. Отчасти эффект присоединения к большинству — это одна из популярных теорий, объясняющих процесс распространения моды и модных тенденций в обществе. Также этот эффект проявляется, когда индивид стремится соответствовать тому кругу людей, где он хотел бы вращаться. Другими словами, под эффектом присоединения к большинству подразумевается «величина, на которую возрастет спрос на товар из-за того, что другие тоже покупают этот же самый товар» [3, с. 306].

Эффект сноба представляет собой эффект, обратный предыдущему. В данном случае потребитель стремится отличаться от большинства, хочет стать особенным,

оригинальным, т.е. желает выделиться из толпы. Покупатель-сноб никогда не купит то, что приобретают все. Именно поэтому и в этой ситуации мы можем сказать: выбор отдельного потребителя зависит от выбора остальных. Только зависимость эта обратная: чем больше масштабы потребления какого-либо товара, тем меньше на него спрос среди покупателей-снобов. Иными словами, спрос отдельного потребителя отрицательно соотносится с общим объемом спроса. Третий эффект назван **эффектом Веблена** — в честь автора концепции демонстративного потребления. Эффект Веблена, по мнению Х. Лейбенштейна, возникает, когда товары приобретаются для того, чтобы произвести неизгладимое впечатление на других. Цена продукта в этом случае складывается из двух составных частей:

1) реальной стоимости; 2) престижной стоимости. Именно поэтому под эффектом Веблена понимается эффект увеличения потребительского спроса, связанный с тем, что товар имеет более высокую (а не более низкую) цену. Эффект Веблена похож на эффект сноба. Однако их принципиальное различие заключается в том, что во втором случае прослеживается зависимость от размеров потребления остальных, тогда как в первом — прежде всего от цены. При эффекте Веблена покупатель ориентируется на приобретение таких товаров, которые свидетельствовали бы о личном высоком социальном статусе.

В целом же в своей работе Х. Лейбенштейн не только описал специфические эффекты, но и раз- делил потребительский спрос на две большие группы, а именно на:

1) функциональный спрос; 2) нефункциональный спрос.

При потреблении роскоши спрос является в основном нефункциональным, при этом доминируют иррациональные мотивы и социальные формы потребления (эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена).

Учебно-методическое обеспечение программы

1. Синяева И.М. Маркетинг в коммерции: учебник для студентов вузов / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова. - 3-е изд. - М. : Дашков и К*, 2012. - 548 с.

2. Романов А.А. Маркетинговые коммуникации: учебник для студентов вузов / А. А. Романов, И. М. Синяева, В. А. Поляков. - М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2011. - 384 с.принимательской деятельности: конспекты лекций. -М., 1999.

3. Художественный рынок [Текст] : вопросы теории, истории, методологии / А. В. Карпов [и др.]; науч. ред. Т. Е. Шехтер. - СПб. : СПбГУП, 2004. - 228, [1] с.

4. Производство и потребление культурных продуктов. Материалы круглого стола «ОЗ», 23 сентября 2005 г. /Д. Дондурей, А. Прохоров, А. Голубовский, А. Дмитриев, М. Калужский. // Отечественные записки. – 2005. - № 4. - <http://www.strana-oz.ru/?numid=25&article=1092>

5. Пашков, Б.И. Управление непродуцированной сферой. -М.: Экономика, 1990.

6. Мелихова, Е. Л. Художественная галерея: торговля искусством? [Текст] / Е.Л. Мелихова // Социологические исследования. - 2000. - № 4. - С. 125-127.

7. Новикова, Г.Н. Социокультурные концепции управления в арт-менеджменте [Текст] / Г.Н. Новикова // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. - 2005. - N2. - С. 83-88.

8. Володина, Т.Е. Изменения в бухгалтерском учете: особенности учета отдельных операций по предпринимательской деятельности в учреждениях культуры и

искусства / Т.Е. Володина // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2006. – № 7. – С. 27-32.

Оценка качества освоения программы модуля 3.

Оценка качества освоения программы осуществляется лектором, составителем данной программы, в виде зачета в письменной форме.

Примерные вопросы к зачету:

1. Собираательство в древности
2. Собираательство в средние века
3. Собираательство в XVII веке
4. Публичный музей
5. Музейное строительство в XX и начале XXI в
6. Определение экспозиции
7. Постоянная и временные экспозиции
8. Принципы современной экспозиции
9. Обращение с экспозиционным пространством
10. Назовите основные формы инвестирования в арт-рынок.
11. Какой аукционный дом первым применил тактику продсирования.
12. Авторское право – это а) отношения, возникающие в связи с созданием и использованием произведений науки, литературы и искусств; б) отношения, возникающие в связи с владением произведениями науки, литературы и искусства;
13. Перечислите ведущие аукционные дома Европы.
14. Охарактеризуйте роль современных музеев в инвестиционном процессе.
15. Что такое МОХА и как можно охарактеризовать ее эволюцию.
16. Каков алгоритм определения премии за иррациональность.
17. Как формируется расчет справедливой цены на произведение искусства.
18. Перечислите модели оценки художественных активов.
19. Регулирование аукционных торгов осуществляется на основе: а) обычаев и законов; б) Декларации принципов Международного культурного сотрудничества; в) Венская Конвенция от 1980 года; г) Гаагская конвенция 1954г;
20. Назовите географические и ценовые сегменты арт-рынка;
21. Определите общие подходы в оценке предметов искусства.
22. Понятия «коммуникация», «арт-критика», «медиа».
23. Коммуникация в области искусства и культуры как объект исследования.
24. Медиапроекты в области культуры и искусства: определение, кейсы.
25. Продвижение культурного продукта с помощью SMM: основные особенности и инструменты.
26. Место и роль критика в художественном процессе.
27. Профессия арт-критика в России: формирование и основные особенности.
28. Понятия «интеллектуальная собственность» и «авторское право».
29. Арт-критики, художники и кураторы: особенности взаимодействия в российском контексте.
30. Понятие и специфика бренда в.
31. Тенденции развития мирового рынка товаров класса люкс.
32. Особенности российского рынка роскоши: тенденции и перспективы
33. Особенности комплекса маркетинга в сфере товаров класса люкс.
34. Товарная политика в сфере товаров класса люкс: основные направления
35. Рынок подделок и имитаций в сфере товаров класса люкс.
36. Ассортиментная политика в сфере товаров класса люкс.

37. Ребрендинг в товарах класса люкс.
38. Ценовые стратегии в сфере товаров класса люкс.
39. Методы ценообразования в сфере товаров класса люкс.
40. Факторы ценообразования и ценовые цели операторов на рынке товаров класса люкс.
41. Ценовая сегментация на российском рынке товаров класса люкс с примерами.
42. Монобренды против мультибрендов: преимущества и недостатки розничных форматов товаров класса люкс.
43. Рекламные стратегии в сфере товаров класса люкс. Основные каналы распространения рекламы.
44. Интернет как средство распространения рекламы и канал продаж в сфере товаров класса люкс.
45. Стратегия работы с байерами в шоу-руме
46. Sales promotion в сфере товаров класса люкс.
47. Роль выставок и ярмарок в установлении коммуникационных каналов с потребителем в сфере товаров класса люкс.

3.4.4. Рабочая программа Модуля 4. Правовые основы

1. Рабочая программа дисциплины «Формирование стоимости и оценка культурных ценностей. Методика проведения аукционов»

Требования к результатам обучения

В результате освоения программы слушатель должен приобрести следующие знания и умения, необходимые для качественного изменения компетенций.

слушатель должен знать:

- историю аукционного дела – зарождение, тренды
- основные труды в изучении аукционного дела
- правила проведения аукционов.

слушатель должен уметь:

- выявлять особенности проведения аукционов;
- понимать развитие аукционного дела;
- ориентироваться в секретах создания заявки – письменной и электронной;

Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего, часов	В том числе
			Лекции
1	2	3	4
1.	Основы. Организация. Заявка	2	2
2.	Документация об аукционе	2	2
3.	Особенности аукциона в электронной форме	1	1
4.	Обеспечение заявки	2	2
5.	Реестр участников размещения заказа, получивших аккредитацию на электронной площадке	1	1
6.	Извещение о проведении аукциона	1	1
7.	Заявка на участие в открытом аукционе	1	1
8.	Проведение открытого аукциона в электронной форме	2	2
ВСЕГО		12	12

Учебная программа

Тема 1. Основы. Организация. Заявка.

Аукцион на право заключить контракт – это торги, в которых победителем становится лицо, предложившее самую низкую цену контракта.

Принято различать 2 вида аукциона: открытый и закрытый. Причем, второй вид может использоваться только в том случае, когда заказчик нуждается в товарах и услугах, сведения о которых составляют государственную тайну и эти сведения содержатся в аукционной документации или в проекте контракта.

Участие в аукционе – бесплатно, за исключением платы за предоставление документации об аукционе, предусмотренное Федеральным законом 44-ФЗ. Кроме того, заказчик может установить требование о внесении денежных средств в качестве обеспечения заявки на участие, обеспечения участия в аукционе в электронной форме, но размер такого обеспечения не должен быть более 5% от максимальной цены контракта (цены лота), а для субъектов малого предпринимательства — 2% максимальной цены контракта (цены лота). Требование обеспечения заявки – если оно установлено – распространяется одинаково на всех участников аукциона.

Обратите внимание! В ходе проведения аукциона любые переговоры заказчика или аукционной комиссии с участниками не допускаются. Если факт подобного будет доказан, то аукцион может быть признан недействительным.

Не менее чем за 20 дней до даты окончания подачи заявок на участие в аукционе заказчик должен разместить извещение о его проведении, где указывается следующее:

- Форма торгов;
- Наименование, место расположения, почтовый адрес, номер контактного телефона и E-mail заказчика;
- Предмет контракта с описанием количества товаров/услуг, кроме тех случаев, когда это невозможно определить (выполнение технического обслуживания, ремонт техники, услуги связи, юридические услуги);
- Место поставки товара, оказания услуг;
- Преимущества, которые могут предоставляться заказчиком учреждениям и предприятиям уголовно-исполнительной системы (до 15% от предлагаемой цены на определенные товары и услуги, перечень которых установлен Правительством Российской Федерации);
- Срок, место и порядок предоставления аукционной документации, официальный сайт, на котором она размещается, размер, порядок и сроки внесения платы за предоставление документации об аукционе (если она предусмотрена);
- Начальная (максимальная) цена контракта (цена лота);
- Место, дата и время проведения аукциона.

Важно отметить, что заказчик может принять решение о внесении изменений в извещение не позднее чем за 5 дней до даты окончания подачи заявок. Причём, НЕ допускается изменение предмета аукциона. Вносимые изменения размещаются на официальном сайте в течение 1 дня с момента принятия решения, и делает это сам заказчик. В связи с этим срок подачи заявок на участие в аукционе продлевается настолько, чтобы со дня внесения изменений до даты окончания подачи заявок на участие оставалось не менее 15 дней.

После размещения на официальном сайте извещения о проведении открытого аукциона заказчик вправе отказаться от него не позднее чем за 10 дней до окончания подачи заявок. Если он принял такое решение, в течение 2 дней должно быть размещено на официальном сайте соответствующее извещение, а также в течение 2 рабочих дней. Кроме того, если было установлено требование обеспечения заявки, внесенные денежные средства в течение 5 рабочих дней со дня принятия решения об отказе от проведения аукциона возвращаются.

Тема 2. Документация об аукционе

Аукционная документация разрабатывается и утверждается заказчиком. В ней должны указываться требования к качеству, техническим характеристикам, безопасности товаров и услуг, к размерам, упаковке, отгрузке товара, к результатам работ и прочее. Кроме того, могут быть указаны требования соответствия образцу, макету или изображению – в случае, если проводится аукцион на поставку сувенирной или полиграфической продукции, официальных символов, форменной одежды, удостоверений.

Не допускается включать в аукционную документацию требования к участнику размещения заказа, к его квалификации и опыту работы, деловой репутации, наличию производственных мощностей, трудовых и финансовых ресурсов. Исключением могут являться только случаи, предусмотренные Федеральным законом.

Документация об аукционе может содержать указание на товарные знаки. При этом они должны сопровождаться словами «или эквивалент», кроме тех случаев, когда товары, на которых размещаются другие товарные знаки, несовместимы с товарами, используемыми заказчиком, и существует необходимость обеспечить взаимодействие таких товаров. Если в документации есть указание на товарные знаки товаров иностранного происхождения, должно содержаться также указание на товарный знак в отношении товара российского происхождения (при наличии соответствующей информации).

В документации не должно быть указаний на знаки обслуживания, фирменные наименования, патенты, промышленные образцы, полезные модели, наименование места происхождения товара или наименование производителя. Недопустимы любые требования, если таковые влекут за собой ограничение количества участников размещения заказа.

Обратите внимание, что при проведении аукциона на поставку печатных изданий, в документации может быть указание на наименование печатного издания и автора (при необходимости), однако слова «или эквивалент» не используются.

Тема 3. Особенности аукциона в электронной форме

Электронный аукцион проводится в сети Интернет и обеспечивается оператором электронной торговой площадки (ЭТП) – специализированного сайта. Оператором ЭТП является юридическое или физическое лицо (индивидуальный предприниматель).

Обращаем Ваше внимание: оператор не может взимать плату с заказчика за проведение открытого аукциона или с участников за аккредитацию на электронной площадке и за участие. Исключение – плата, взимаемая с лица, с которым заключается контракт, в случаях, предусмотренных Федеральным законом.

С момента размещения информации о проведении открытого аукциона на официальном сайте и на электронной площадке она должна быть доступна для

ознакомления без взимания платы. Отказ от проведения, изменения извещения, изменения документации и разъяснений, - все эти сведения должны сообщаться оператором ЭТП в течение 1 часа с момента размещения данной информации. Оповещение происходит в виде рассылки уведомлений всем участникам, подавшим заявки на участие.

По закону, до подведения итогов открытого аукциона в электронной форме оператор ЭТП обязан обеспечить конфиденциальность сведений о всех участниках размещения заказа. Все полученные документы хранятся оператором электронной площадки в соответствии с условиями работы электронных площадок.

Тема 4. Обеспечение заявки

Законодательством предусматривается, что при проведении аукциона в электронной форме заказчик должен установить требование обеспечения заявки на участие. Размер такого обеспечения не может составлять менее 0,5%, но не более 5% процентов от максимальной цены контракта (цены лота), а для субъектов малого предпринимательства – не более 2%. Данное требование распространяется в равной степени на всех участников размещения заказа и указывается в документации.

Электронная цифровая подпись

Все документы и сведения, которые направляются в электронном виде участником, заказчиком или органом, уполномоченным на осуществление контроля в сфере размещения заказов, а также размещаются ими на официальном сайте или электронной площадке, должны быть подписаны электронной цифровой подписью (ЭЦП). Также все электронные документы оператора электронной площадки должны быть подписаны электронной цифровой подписью.

Аккредитация

Для того чтобы получить доступ к участию в аукционах в электронной форме участники проходят аккредитацию, проводимую оператором электронной площадки. С этой целью участники представляют оператору следующие сведения и документы:

Заявление;

Копия выписки из единого государственного реестра юридических лиц, из единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (выписки должны быть получены не ранее чем за 6 месяцев до дня подачи заявления) или копии документов, удостоверяющих личность – для физических лиц;

Копия учредительных документов (для юридических лиц) и копии документов, удостоверяющих личность (для физических лиц);

Копии документов, подтверждающих полномочия лица на получение аккредитации от имени участника — юридического лица, а также доверенность на осуществление действий от имени участника, если от имени участника действует иное лицо;

Копии документов, которые подтверждают полномочия руководителя – в том случае, если от имени участника размещения заказа действует иное лицо и доверенность подписана лицом, уполномоченным руководителем;

Заявление об открытии счёта оператором электронной площадки (до осуществления операций по обеспечению участия);

Идентификационный номер налогоплательщика;

Решение об одобрении или о совершении сделок от имени участника размещения заказа — юридического лица с указанием сведений о максимальной сумме одной такой сделки;

E-mail участника размещения заказа.

В срок до 5 рабочих дней включительно оператор электронной площадки должен аккредитовать участника размещения заказа и открыть его счёт для проведения операций по обеспечению участия – либо отказать участнику в аккредитации на основаниях, предусмотренных законодательством. При положительном решении оператор обязан сообщить участнику сведения об открытии счёта и его реквизиты, а также обеспечить доступ к участию в любых открытых аукционах в электронной форме, проводимых на данной ЭТП.

При отказе в аккредитации оператор должен сообщить участнику, на каких основаниях принято такое решение, в том числе указать на отсутствующие документы или несоответствие требованиям законодательства Российской Федерации. У участника есть право устранить данные основания и вновь предоставить документы на получение аккредитации.

На электронной площадке аккредитация производится на срок 3 года, начиная с момента отправления оператором ЭТП уведомления о соответствующем решении. В случае, если в представленные при аккредитации документы внесены изменения, участник обязан незамедлительно сообщить оператору ЭТП о прекращении действия указанных документов. В течение 1 часа после поступления данных документов и сведений оператор обеспечивает их размещение на электронной площадке. Осуществление проверки в отношении документов в обязанности оператора ЭТП не входит.

Участник размещения заказа, прошедший аккредитацию на электронной площадке, вправе принимать участие в любых открытых аукционах в электронной форме, проводимых на данной электронной площадке. Однако участник не вправе подавать заявку на участие за 3 месяца до окончания срока своей аккредитации. При этом, он должен направить оператору ЭТП соответствующее уведомление - но не ранее чем за 6 месяцев до окончания срока ранее полученной аккредитации.

Участник вправе распоряжаться денежными средствами, которые находятся на его счёте для проведения операций по обеспечению участия в открытых аукционах, если в отношении этих средств не осуществлено блокирование операций.

Тема 5. Реестр участников размещения заказа, получивших аккредитацию на электронной площадке

Оператор ЭТП ведёт реестр участников, получивших аккредитацию на электронной площадке, и в отношении каждого из участников указывает следующие документы и сведения:

Наименование (для юридических лиц), фамилия, имя, отчество участника (для физических лиц);

Дата направления участнику уведомления о принятии решения об аккредитации;

Идентификационный номер налогоплательщика;

Копия выписки из единого государственного реестра юридических лиц (для юридических лиц), копия выписки из единого государственного реестра ИП (для индивидуальных предпринимателей), полученные не ранее чем за 6 месяцев до дня обращения с заявлением об аккредитации;

Копии документов, удостоверяющих личность (для всех прочих физических лиц), либо надлежащим образом заверенный перевод на русский язык документов (для иностранных лиц);

Копии учредительных документов (для юридических лиц), копия документа, удостоверяющего личность (для физических лиц);

Копии документов, подтверждающих полномочия на получение аккредитации от имени участника размещения заказа — юридического лица;

Копии документов, подтверждающих полномочия лица на осуществление действий от имени участника размещения заказа — юридического лица по участию в открытых аукционах;

Решение об одобрении или о совершении по результатам открытых аукционов сделок от имени участника размещения заказа — юридического лица (с указанием сведений о максимальной сумме одной такой сделки);

Дата прекращения действия аккредитации участника размещения заказа на данной электронной площадке.

Оператор ЭТП вносит в реестр участников документы и сведения в день принятия решения об аккредитации участника. Реестр размещается на электронной площадке.

В 3-дневный срок с момента истечения аккредитации участника оператор исключает такого участника из реестра и отправляет данному участнику соответствующее уведомление.

Тема 6. Извещение о проведении аукциона

Не менее чем за 20 дней до даты окончания подачи заявок на участие в открытом аукционе заказчик размещает на официальном сайте извещение о проведении открытого аукциона в электронной форме. Если максимальная цена контракта (цена лота) – не более 3 миллионов рублей, заказчик может разместить извещение о проведении аукциона не менее чем за 7 дней до даты окончания подачи заявок на участие.

Заказчик также вправе, по своему усмотрению, опубликовать извещение о проведении открытого аукциона в любых средствах массовой информации, в том числе в электронных СМИ.

В извещении о проведении аукциона указывается следующее:

Форма торгов;

Адрес электронной площадки в сети Интернет;

Наименование, место нахождения, почтовый адрес, адрес E-mail, контактные телефоны заказчика;

Предмет контракта с указанием количества поставляемого товара, объема оказываемых услуг, кроме случаев, когда это невозможно определить;

Место поставки товара, оказания услуг;

Максимальная цена контракта (цена лота), общая максимальная цена запасных частей с указанием максимальной цены каждой запасной части и единицы услуги по техническому обслуживанию или ремонту;

Дата и время окончания срока подачи заявок на участие;

Дата окончания срока рассмотрения заявок на участие;

Дата проведения открытого аукциона в электронной форме (если дата проведения приходится на нерабочий день, то устанавливается ближайший, следующий за ним рабочий день).

Заказчик может принять решение о внесении изменений в извещение о проведении открытого аукциона не позднее чем за 5 дней до даты окончания срока подачи заявок. При этом, изменение предмета аукциона не допускается. Если решение об изменении принято, в течение 1 дня со дня принятия такого решения заказчик размещает указанные изменения на официальном сайте, а срок подачи заявок на участие в аукционе продлевается так, чтобы со дня размещения изменений до даты окончания срока подачи заявок оставалось не менее 15 дней, а если максимальная цена контракта (цена лота) не превышает 3 миллиона рублей – 7 дней.

Заказчик вправе отказаться от проведения открытого аукциона не позднее чем за 10 дней до даты окончания срока подачи заявок, либо если максимальная цена контракта (цена лота) не превышает 3 миллиона рублей – за 5 дней до даты окончания срока подачи заявок. В течение 1 дня со дня принятия решения об отказе заказчик размещает соответствующее извещение на официальном сайте. В течение 1 рабочего дня со дня размещения этого извещения оператор ЭТП прекращает блокирование операций по счёту обеспечения участия в открытом аукционе.

Тема 7. Заявка на участие в открытом аукционе

Участник размещения заказа, получивший аккредитацию на ЭТП, должен подать заявку на участие в открытом аукционе в электронной форме. Это возможно лишь при условии, что на счёте участника, специально открытом для проведения операций по обеспечению участия, имеются денежные средства в размере не менее чем сумма обеспечения заявки на участие в аукционе.

Заявка на участие состоит из 2 частей:

1. Сведения следующего характера:

При размещении заказа на поставку товара: согласие на поставку товара, указание на который содержится в аукционной документации; конкретные показатели, которые соответствуют значениям, определённым в документации об открытом аукционе, либо товарный знак товара.

При размещении заказа на оказание услуг: согласие на предоставление услуг, выполнение работ на условиях аукционной документации.

*Первая часть заявки может содержать фотографию, рисунок, эскиз, чертеж, любое изображение товара, на поставку которого размещается заказ.

2. Следующие документы и сведения:

- Наименование, информация об организационно-правовой форме, месте нахождения, почтовый адрес (для юридического лица), а также фамилия, имя, отчество, паспортные данные и сведения о месте жительства (для физического лица), номер контактного телефона, ИНН;

- Копии необходимых документов;

- Решение об одобрении или о совершении крупной сделки (или копия), если необходимо.

Заявка на участие направляется оператору электронной площадки в виде 2 электронных документов, содержащих части заявки. Данные части должны быть поданы одновременно.

С поступлением заявки блокируются операции по счёту участника, а именно в отношении денежных средств в размере обеспечения заявки на участие в

соответствующем аукционе. В течение 1 часа после получения заявки оператор ЭТП должен выполнить блокирование и подтвердить получение заявки с указанием присвоенного ей порядкового номера.

Обратите внимание: участник может подать лишь одну заявку на участие в отношении каждого предмета аукциона (лота).

В течение 1 часа после получения заявки на участие оператор электронной площадки возвращает заявку участнику, если:

Заявка предоставлена с нарушением требований;

На счете участника, открытом для проведения операций по обеспечению, отсутствуют денежные средства в необходимом размере;

Участник подаёт две и более заявки в отношении одного и того же лота (при условии, что ранее поданные заявки не отозваны);

Заявка получена после дня и времени окончания срока подачи заявок.

Одновременно с возвратом заявки оператор уведомляет участника размещения заказа об основаниях возврата с приведением положений действующего Федерального закона.

Участник, подавший заявку, вправе отозвать её не позднее окончания срока подачи заявок. Сделать это можно, направив соответствующее уведомление оператору ЭТП.

Оператор электронной площадки обязан обеспечить конфиденциальность сведений об участниках размещения заказа, которые подают заявки на участие, а также конфиденциальность информации, которая содержится в заявке, вплоть до момента опубликования протокола проведения открытого аукциона в электронной форме.

Если по окончании срока подачи заявок участников оказывается, что подана лишь одна заявка или ни одной не подано, открытый аукцион в электронной форме признаётся несостоявшимся.

Если подана лишь одна заявка, оператор ЭТП направляет обе части заявки заказчику. В свою очередь, заказчик отправляет оператору проект контракта, при условии, что заявка соответствует требованиям, предусмотренным документацией об открытом аукционе. Контракт заключается не ранее чем через 10 дней после размещения протокола о признании открытого аукциона несостоявшимся. Участник, подавший заявку, не вправе отказаться от заключения контракта.

Порядок рассмотрения первых частей заявок на участие в открытом аукционе в электронной форме

Аукционная комиссия анализирует первые части заявок на соответствие требованиям, установленным аукционной документацией. Срок рассмотрения первых частей не должен превышать 7 дней с момента окончания срока подачи заявок.

По результатам рассмотрения первых частей заявок аукционная комиссия принимает решение о допуске участника к участию в открытом аукционе в электронной форме или об отказе в допуске.

Участник не допускается, если:

- Не предоставлены нужные сведения, либо предоставленные недостоверны;
- Сведения не соответствуют требованиям аукционной документации.

По итогам рассмотрения первых частей заявок составляется протокол, который ведётся аукционной комиссией и подписывается присутствующими на заседании членами

комиссии, а также заказчиком. Это совершается в день окончания рассмотрения заявок на участие. Протокол содержит данные о порядковых номерах заявок, решение о допуске участника с соответствующим порядковым номером, а также об отказе в допуске участника с обоснованием такого решения, сведения о членах аукционной комиссии. В день окончания рассмотрения заявок протокол направляется заказчиком оператору электронной площадки.

Тема 1.8. Проведение открытого аукциона в электронной форме

Открытый аукцион в электронной форме проводится на электронной площадке в день, который указан в извещении о проведении открытого аукциона. Время начала проведения открытого аукциона определяется оператором электронной площадки. Днём проведения открытого аукциона в электронной форме является рабочий день, следующий после истечения 2 дней со дня окончания срока рассмотрения первых частей заявок на участие.

Открытый аукцион в электронной форме проводится способом снижения начальной (максимальной) цены контракта, указанной в извещении о проведении открытого аукциона. «Шаг аукциона» составляет 0,5-5% начальной (максимальной) цены контракта (цены лота). Кроме того, любой участник может подать предложение о цене контракта независимо от «шага аукциона».

При проведении открытого аукциона в электронной форме участники подают предложения с учётом следующих требований:

участник не может подавать предложение о цене, равное или большее, чем то, которое подано им ранее;

участник не вправе подавать предложение о цене ниже, чем текущее минимальное предложение, сниженное в пределах «шага аукциона»;

- участник не может подавать предложение о цене ниже, чем текущее минимальное предложение.

От начала проведения открытого аукциона в электронной форме до истечения срока подачи предложений должны быть в обязательном порядке указаны все предложения о цене контракта и время их поступления, а также оставшееся до истечения срока подачи предложений время.

При проведении открытого аукциона в электронной форме определяется время приёма предложений участников, составляющее 10 минут с начала проведения открытого аукциона до истечения срока подачи предложений, а также 10 минут после поступления последнего предложения. Если в течение указанного времени ни одного предложения о более низкой цене не поступило, открытый аукцион автоматически завершается.

В течение 10 минут с момента завершения открытого аукциона в электронной форме любой участник может подать предложение, которое не ниже чем последнее предложение, независимо от «шага аукциона».

Внимание! Если была предложена цена контракта, равная цене, предложенной другим участником, лучшим признаётся предложение, поступившее ранее других предложений.

Протокол проведения открытого аукциона в электронной форме публикуется оператором ЭТП в течение 30 минут после его завершения. В этом протоколе указывается: адрес электронной площадки, дата и время начала и окончания торгов,

начальная цена контракта и все минимальные предложения по мере убывания с указанием порядковых номеров, присвоенных заявкам участников.

В течение 1 часа после размещения протокола оператор направляет заказчи-ку этот протокол, а также вторые части заявок. В течение этого же срока оператор направляет уведомления участникам открытого аукциона.

Если в течение 10 минут после начала проведения открытого аукциона в электронной форме ни один из участников не подал предложение, аукцион признается несостоявшимся.

Обратите внимание! Любой участник открытого аукциона в электронной форме после размещения протокола может направить оператору ЭТП запрос о разъяснении результатов аукциона. В течение 2 рабочих дней оператор обязан предоставить соответствующие разъяснения.

Оператор электронной площадки обеспечивает непрерывность проведения открытого аукциона в электронной форме, равный доступ участников, надёжность функционирования программных и технических средств.

Аукционная комиссия рассматривает вторые части заявок участников на соответствие их требованиям, установленным документацией об открытом аукционе в электронной форме. На основании результатов принимается решение о соответствии или несоответствии заявки требованиям.

Аукционная комиссия рассматривает 5 заявок в порядке возрастания предложенной цены, если количество поданных заявок – более 10. В противном случае рассматриваются все заявки.

Общий срок рассмотрения вторых частей заявок не может превышать 6 дней со дня размещения на электронной площадке протокола проведения открытого аукциона в электронной форме.

Учебно-методическое обеспечение программы

Учебники разделов

Основная литература

1. Аукцион. БСЭ
2. Аукцион. Современный экономический словарь
3. Krishna, Vijay (2002), «Auction Theory», San Diego, USA: Academic Press, ISBN 012426297X
4. Синецкий Б. И. Основы коммерческой деятельности: Учебник. Рекомендован Министерством образования РФ в качестве учебника для высших учебных заведений — М.: Юристъ, 2000. — 659 с.
5. Международный пушной аукцион «Союзпушнина»
6. Стровский Л. Е., Казанцев С. К., Паршина Е. А. и др. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: Учебник для вузов — М: ЮНИТИ-ДАНА, 2004, с.661-666 ISBN 5-238-00291-2
7. Голландский аукцион
8. Валютный аукцион в словаре
9. Залоговый аукцион в словаре

2. Рабочая программа дисциплины «Законодательство: экспертиза, страхование, ввоз-вывоз»

Требования к результатам обучения

В результате освоения программы слушатель должен приобрести следующие знания и умения, необходимые для качественного изменения компетенций.

слушатель должен знать:

- историю методологии законодательства по антиквариату;
- особенности законодательства по антиквариату;
- и научиться пользоваться законом.

слушатель должен уметь:

- выявление особенностей законодательства по антиквариату;
- выявлять особенности в области законодательства по антиквариату,
- обсуждать развития современного антикварного рынка,
- оперировать правовыми основами антикварного дела в России, последними изменениями в законодательстве,
- оценивать роль коллекционера как ключевой фигуры в создании и развитии антикварного рынка России,
- пользоваться и применять знания правовых основ антикварного дела в России.

Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего, часов	В том числе
			Лекции
1	2		
1.	История антикварного дела и аукционов.	3	3
2.	Принципы ценообразования антиквариата	3	3
3.	Правовые нормы антикварного дела в РФ	3	3
4.	Страхование рисков в сфере антиквариата	3	3
ВСЕГО		12	12

Учебная программа

Тема 1. История антикварного дела и аукционов.

История создания. Инструменты формирования цен. Аукцион сегодня. Система торгов.

Тема 2. Принципы ценообразования антиквариата

Определение художественной ценности и принципы инвестирования в них. Особенности инвестиций в предметы искусства и старины.

Тема 3. Правовые нормы антикварного дела в РФ

Указ Президента РФ от 30 мая 1994 г. N 1108 "О реализации предметов антиквариата и создании специально уполномоченного органа государственного контроля по сохранению культурных ценностей". Уголовно-процессуальный закон.

Тема 4. Страхование рисков в сфере антиквариата

Страхование коллекций произведений искусства и предметов антиквариата. Страхование, антиквариат, страховая оценка, специфические риски, страхование выставок. Мировой оборот антикварного рынка. Особенности страхования произведений и предметов искусства. Оценка культурных ценностей.

Учебно-методическое обеспечение программы

Учебники раздела

1. Законом Российской Федерации «Об оружии» 20 мая 1993 года
2. Законом РФ от 15.04.1993 N 4804-1 "О вывозе и ввозе культурных ценностей".
3. Федеральный закон от 13 декабря 1996 года N 150-ФЗ "Об оружии"
4. Приказом Минкультуры РФ от 7 августа 2001 года N 844 "Об уточнении порядка оформления документации на право вывоза культурных ценностей и предметов культурного назначения с территории РФ"
5. Постановлением Правительства РФ от 17.06.2004 N 301.
Распоряжением Правительства РФ от 30.07.2004 N 1024-р "О переподчинении территориальных органов федеральных органов исполнительной власти" территориальные управления Минкультуры России по сохранению культурных ценностей переподчинены Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия (Росохранкультуры).

3. Рабочая программа дисциплины «Фальсификация в мире искусства»

Требования к результатам обучения

В результате освоения программы слушатель должен приобрести следующие знания и умения, необходимые для качественного изменения компетенций.

слушатель должен знать:

- методологии экспертизы и анализа на предмет подделки;
- виды и признаки фальсификации;

слушатель должен уметь:

- ознакомиться с основными нормативно-правовыми документами в области идентификации и обнаружения фальсификации;
- изучить принципов, видов и показателей идентификации;
- усвоить последовательности процедур при проведении и идентификации и порядка оформления ее результатов;
- установить идентифицирующих признаков;
- ознакомиться с видами, способами и средствами фальсификации;
- понимать современные методы идентификации и обнаружения фальсифицированных;
- понимать последствия фальсификации и мер по ее предотвращению.

Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего, часов	В том числе
			Лекции
1	2	3	4
1.	Раритеты, самые известные подделки	5	5
2.	Борьба с фальсификацией	6	6
ВСЕГО		12	12

Учебная программа

Тема 1. Раритеты, самые известные подделки

Идентификация и фальсификация. Типология. Исторические аспекты фальсификации товаров. Причины и последствия фальсификации. Методы распознавания. Анализ самых известных подделок.

Тема 2. Борьба с фальсификациями

Способы фальсификации. Создание подделки. Процесс. Виды анализа произведений — искусствоведческий и технический. Классификация современных инструментальных методов идентификации и обнаружения фальсификации продовольственных товаров.

Учебно-методическое обеспечение программы

Основная литература по разделу

1. О качестве и безопасности пищевых продуктов (с изменениями на 30 декабря 2008 года) (редакция, действующая с 26 декабря 2009 года). Продукты. ЗАО «Кодекс». Проверено 15 апреля 2010. Архивировано из первоисточника 20 февраля 2012.
2. Фальсификация // Филателистический словарь / В. Граллерт, В. Грушке; Сокр. пер. с нем. Ю. М. Соколова и Е. П. Сашенкова. — М.: Связь, 1977. — С. 193—194.
3. Александр Чумиков и др., 2010, с. 37
4. «3D barcodes target counterfeit drugs and devices»
5. Козлов В. П. Обманутая, но торжествующая Клио: Подлоги письменных источников по российской истории в XX веке. — М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2001. — 224 с. — 2 000 экз. — ISBN 5-8243-0108-5. (в пер.)
6. Бусева-Давыдова И. Л. Старообрядческие подделки в иконописи: проблема идентификации // Культура сквозь призму идентичности / Под ред. Л. А. Софроновой. — М.: Индрик, 2006. — С. 390—395. — 424 с. — (Библиотека Института славяноведения РАН). — 500 экз. — ISBN 5-85759-387-5. (в пер.)
7. Либман М., Островский Г. Поддельные шедевры. — М.: Советский художник, 1966. — 112 с. — (Страницы истории искусств).
8. Александр Чумиков, Михаил Бочаров, Мария Тишкова. PR в Интернете. Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0. — М.: Альпина Паблишер, 2010. — 136 с. — ISBN 978-5-9614-1342-7.
9. Friedländer M. J. Echt und Unecht. — Berlin, 1929. (нем.)
10. Goll J. Kunstfälscher. — Leipzig, 1962. (нем.)

Оценка качества освоения программы модуля 4.

Оценка качества освоения программы осуществляется лектором, составителем данной программы, в виде зачета в письменной форме.

Примерные вопросы к зачету:

1. Основы. Организация. Заявка
2. Документация об аукционе
3. Особенности аукциона в электронной форме
4. Обеспечение заявки
5. Реестр участников размещения заказа, получивших аккредитацию на элек-тронной площадке
6. Извещение о проведении аукциона
7. Заявка на участие в открытом аукционе
8. Проведение открытого аукциона в электронной форме
9. Закон «О вывозе и ввозе культурных ценностей»?
10. Принципы Международного культурного сотрудничества.
11. Авторское право.
12. Реституция и механизм.
13. Декларация принципов Международного культурного сотрудничества.
14. Понятие «культурные ценности».
15. Право собственности.
16. Исключениями из страхового покрытия.
17. Регулирование аукционных торгов.
18. Ратификация.
19. Консесуальный договор.
20. Федеральный закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации»
21. Титульное страхование.
22. Основание для перемещения ценностей через таможенную и государственную границу РФ является.
23. Идентификация и фальсификация: понятия, взаимосвязь между ними
24. Место идентификации в различных видах оценочной деятельности
25. Цели, задачи и принципы идентификации.
26. Субъекты идентификационной деятельности. Идентификационная экспертиза
27. Виды и средства идентификации
28. Показатели идентификации. Критерии их выбора.
29. Исторические аспекты фальсификации товаров. Причины и последствия фальсификации.
30. Виды фальсификации, взаимосвязь между ними.
31. Способы ассортиментной фальсификации
32. Способы качественной фальсификации
33. Способы количественной и информационной фальсификации.
34. Ответственность за выпуск и реализацию фальсифицированных товаров. Меры по предупреждению фальсификации.

35. Органолептические методы идентификации и обнаружения фальсификации продовольственных товаров.
36. Измерительные методы оценки органолептических показателей
37. Экспресс-методы идентификации и обнаружения фальсификации продовольственных товаров, основанные на качественных реакциях
38. Классификация современных инструментальных методов идентификации и обнаружения фальсификации продовольственных товаров.
39. Краткая характеристика современных инструментальных методов идентификации и обнаружения фальсификации продовольственных товаров, основные преимущества и недостатки
40. Показатели идентификации зерномучных товаров. Способы
41. фальсификации зерномучных товаров и методы их обнаружения
42. Способы фальсификации крахмала, сахара и мёда. Методы обнаружения фальсификации, показатели идентификации
43. Идентификация и обнаружение фальсификации кондитерских товаров.
44. Идентификация и обнаружение фальсификации плодоовощных товаров
45. Показатели идентификации вкусовых товаров
46. Способы фальсификации алкогольных напитков и методы их обнаружения

4. Условия реализации программы

4.1. Организационно-педагогические условия реализации программы

Содержание программы строится на практико-ориентированном подходе к обучению, органично соединяет теоретические знания и практические навыки, опосредованно (имплицитно) влияет на успешность освоения профессиональной деятельности, заданного в формате профессиональных компетенций.

Основные образовательные технологии: программа предусматривает сочетание лекционных и практических занятий. Преподаватель управляет процессом обучения, сопровождая работу по программе, организуя промежуточную и итоговую аттестацию, оценивая подготовку обучающихся по программе.

Обучение по программе проходит в составе группы слушателей или индивидуально. Перечень и объем тем и разделов программы определены учебным планом.

Основными формами работы со слушателями являются:

Интерактивная лекция – форма занятия, предполагающая интерактивное изложение преподавателем содержания тем курса. Основная цель – актуализация знаний слушателей по теме, постановка и освещение проблемы, достижение понимания слушателями представляемой информации через рефлексивные процедуры, стимулирование интереса к изучаемой теме.

Практикум – форма занятия, предполагающая выполнение практических заданий индивидуально или в небольших группах (5-9 чел.), направленных на освоение и отработку технологий и методик инновационного менеджмента.

Индивидуальные консультации – представляют собой внеаудиторную форму работы преподавателя с отдельным слушателем (группой слушателей), включающую обсуждение тех материалов и заданий, которые либо вызывают трудности у слушателя, либо связаны с углубленным интересом слушателя к определенной проблеме.

Для эффективной организации деятельности группы слушателей используются компьютерные презентации и иные методические материалы (в электронном виде); по необходимости предоставляется возможность работы в сети Интернет и на персональном компьютере (в процессе выполнения индивидуальных и групповых заданий).

4.2. Материально-техническое обеспечение программы

Организация располагает материально-технической базой, обеспечивающей реализацию данной программы. В наличии имеются: учебная аудитория, оснащенная мебелью и оборудованием для проведения учебного процесса, в том числе с применением информационных технологий; компьютеры с установленным пакетом лицензионных программ, а также мультимедийное оборудование.

4.3. Кадровое обеспечение программы

К реализации программы привлекаются педагогические работники, квалификация которых соответствует требованиям Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников образования»:

«Высшее профессиональное образование или среднее профессиональное образование по направлению подготовки «Образование и педагогика» или в области, соответствующей преподаваемому предмету, без предъявления требований к стажу работы либо высшее профессиональное образование или среднее профессиональное образование и дополнительное профессиональное образование по направлению деятельности в образовательном учреждении без предъявления требований к стажу работы».