

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА»**

Навчально-науковий інститут мистецтв

Кафедра дизайну і теорії мистецтва

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
МЕНЕДЖМЕНТ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКОЇ СФЕРИ**

Освітня програма: Дизайн одягу

Спеціальність: 022 «Дизайн»

Галузь знань: 02 Культура і мистецтво

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від 02 вересня 2019 р

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання (компетентності)
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Менеджмент культурно-мистецької сфери
Викладач (-і)	Карась Ганна Василівна, доктор мистецтвознавства, професор
Контактний телефон викладача	+380503730845
E-mail викладача	karasg@ukr.net
Формат дисципліни	очна
Обсяг дисципліни	90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	http://www.d-learn.pu.if.ua/index.php?mod=course&action=ReviewOneCourse&id_cat=59&id_cou=4793
Консультації	Консультації проводяться відповідно до графіку індивідуальних занять зі студентами, <i>розміщеному на інформаційному стенді та сайті кафедри</i> . Також можливі консультації шляхом листування через електронну пошту.
2. Анотація до курсу	
1.1. Опис (анотація) Навчальна дисципліна «Менеджмент культурно-мистецької сфери» базується на теорії і практиці професійного розвитку фахівців з дизайну, що забезпечує процес художньої освіти бакалаврів, формує їх професійний розвиток, що є необхідним для майбутньої художньої творчості, мистецької культури. Зміст дисципліни полягає в ознайомленні майбутніх фахівців з науково-теоретичними основами менеджменту культурно-мистецької сфери, її науковим апаратом; систематизації знань; прищепленні навичок до самостійної роботи з фаховою літературою, орієнтації в ній; формуванню широкого художнього кругозору майбутнього викладача вузів; виховуванні вміння самостійно мислити, критично аналізувати прочитану літературу; визначати методи самостійної роботи студентів над навчальним матеріалом; навчити студентів складанню та виконанню практичних завдань. Виходячи із сучасного стану і розвитку мистецтва, а також, враховуючи навчальну програму, відпрацьовану у вищих навчальних закладах, що готують фахівців з дизайну, слід вважати доцільним вирішення в рамках цього курсу перерахованих завдань. Завдання курсу полягають 1) у теоретичному узагальненні сутності управлінської діяльності у сферах культури і мистецтва; 2) в ознайомленні із менеджментом спеціальних подій; 3) в освоєнні складних проблем організація художньої виставки та галерей сучасного мистецтва, менеджменту у сфері дизайну; арт-бізнесу у сфері дизайну, реклами і PR-технологій у сферах культури і мистецтва. 1.2. Тип Дисципліна вибіркової частини 1.4. Термін навчання. III рік, VI семестр (третій курс бакалаврату, шостий семестр, 12 тижнів) 1.5. Кількість кредитів. VI семестр 3,0 кредити, загальна кількість годин: 90 (аудиторних – 30 год., лекцій - 14 год.; практичні – 16 год.; самостійна робота - 60 год.). Форма контролю – залік. 1.6. Викладацький склад. Карась Г. В. – доктор мистецтвознавства, професор кафедри методики музичного виховання і диригування.	
3. Мета та цілі курсу	
Мета викладання курсу «Менеджмент культурно-мистецької сфери» полягає у формуванні засобів професійного розвитку у процесі професійної підготовки бакалаврів освітнього напрямку «Дизайн»; оволодінні науково-теоретичними основами економічного аналізу. <i>Основною метою</i> вивчення навчальної дисципліни «Менеджмент культурно-мистецької	

сфери» є формування сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузі менеджменту культури та дизайну, формування розуміння основ системного управління організаціями; набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, прийняття адекватних управлінських рішень.

Стратегічне бачення розвитку організації допомагає менеджерам формувати конкретні та чіткі цілі її поточної діяльності, визначати пріоритетні напрями розвитку, враховувати при плануванні діяльності очікувані від неї результати. Стратегічне бачення організації також сприяє впровадженню менеджменту, орієнтованого на результат.

Курс «Менеджмент культурно-мистецької сфери» поєднує науково-теоретичний матеріал в різних аспектах, базується на вивченні дисциплін художнього циклу.

Дисципліна «Менеджмент культурно-мистецької сфери» є однією з профільюючих дисциплін, що визначають кваліфікацію випускника як викладача. Дисципліна дає основні знання про зміст предметів циклу, вивчає теоретичні основи економічного аналізу і шляхи їх практичного втілення.

Досягнення мети передбачає опанування майбутніми митцями змісту курсу, що виявляється у:

- стійкій мотивації культурного зростання засобами професії і усталеному професійному інтересі до безперервного оновлення індивідуально-професійного ресурсу;
- знаннях основних теорій розвитку людини засобами дизайну і розуміння їх основ для забезпечення оригінального використання ідей, а також проведення наукових досліджень;
- здатності до системної апперцепції і інтеграції галузевого знання та подолання суперечностей його об'єктивації у педагогічній реальності;
- здатності і умінь використовувати знання для вирішення проблем особистісного взаєморозвитку себе і іншого у новому середовищі і культуровідповідних контекстах художнього розвитку людини;
- умінь зрозумілого донесення власної професійної позиції до фахівців і нефахівців у мистецькій галузі;
- навичках самостійно продовжувати навчання.

1.2. Успішність досягнення поставленої мети залежить від результативності розв'язання таких **завдань** курсу:

- формування умінь самоорганізації творчого потенціалу відповідно до потреб професійної реальності і культурних вимог її вдосконалення;
- формуванні професійного мислення, умінь і навичок аналітичної діяльності, що відбувається в процесі нагромадження та вдосконалення педагогічного досвіду;
- формування професійного менталітету працівника мистецької галузі;
- засвоєння комплексу спеціальних знань, вмінь та навичок, необхідних у практичній мистецькій діяльності дизайнера;
- формування соціально-професійних і міжпредметних компетенцій;
- формування мистецького професіоналізму дизайнера;
- розвиток здатності до інтелектуальної автономності.
- вивчення загальних закономірностей, принципів формування, функціонування та розвитку системи управління організацією, управлінських відносин у сферах культури та мистецтва.

В межах цього курсу менеджери культурно-мистецької сфери отримають систематизовані знання основ теорії планування, сучасних підходів до створення та впровадження планів та поглиблять знання сучасного стану та основних напрямів розвитку планування діяльності установ культурно-мистецької сфери.

Розроблений курс допоможе менеджерам культури та дизайну усвідомити та сформулювати покликання та призначення своєї організації, що визначають стратегічні цілі та напрями розвитку. Він надає студентам знання та практичні навички аналізу своїх власних ресурсів та зовнішнього оточення, конкурентних переваг своєї організації, аналізу перспективних можливостей її розвитку, оцінювання можливих внутрішніх та зовнішніх загроз, а також розробки стратегічного плану та конкретних завдань щодо його втілення.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- основні теорії розвитку людини засобами дизайну і розуміння їх основ для забезпечення оригінального використання ідей, а також для проведення наукових досліджень;
- здатності до системної апперцепції галузевого знання та подолання суперечностей його об'єктивації у педагогічній реальності;
- здатності уміння використовувати знання для вирішення проблем особистісного розвитку і іншого у новому середовищі і культуровідповідних контекст художнього розвитку людини;
- передові технології і стратегії з формування духовності, дійсної сутності взаємин культури і мистецтва, культури і цивілізації, культури і дизайну;
- чітке усвідомлення джерел духовності та завдання збереження світу художніх цінностей;
- найкращі зразки дизайну середовища;
- духовно-просвітницьку діяльність у мистецькій сфері;
- здійснювати аналіз явищ сучасного мистецтва як соціокультурного феномена в історичному ракурсі;
- основні стильові напрямки та процеси розвитку української та світової культури минулого та сучасності;
- стилі, жанри, напрямки, особливості та закономірності художнього процесу.
- теоретичний матеріал з менеджменту культури і мистецтва;
- рівень сучасної науково-теоретичної бази з проблем менеджменту культури і мистецтва;
- науково-теоретичну літературу з цієї проблеми;
- правові основи і законодавство України в галузі культури і мистецтв;
- основи ділового спілкування.

вміти:

- давати змістовну характеристику підприємництва та підприємливості для можливої організації самостійної зайнятості та ведення підприємницької діяльності;
- робити різнобічний узагальнений аналіз суспільно-політичних обставин, які сприяють менеджменту культури і мистецтва;
 - проявляти навички ділових комунікацій у професійній сфері, роботи в колективі
- стисло викладати власні судження та відтворювати їх аргументовано і грамотно у письмовій формі;
- професійно підходити до проблеми управління різними мистецькими організаціями і колективами;
- грамотно добирати науково-теоретичну літературу з менеджменту культури і мистецтва;
- самостійно опрацьовувати наукову літературу та застосовувати її у власній практичній діяльності.

4. Результати навчання (компетентності)**Компетенції:****Компетенції соціально-особистісні**

- Здатність учитися;
- Креативність, здатність до системного мислення;
- Адаптивність і комунікабельність;
- Наполегливість у досягненні мети;
- Турбота про якість виконуваної роботи

Загальнонаукові компетенції

- Базові уявлення про основи філософії, психології, педагогіки, культурології, що сприяють розвитку загальної культури й соціалізації особистості, схильності до етичних цінностей, знання вітчизняної історії, розуміння причинно-наслідкових зв'язків розвитку суспільства й уміння їх використовувати в професійній і соціальній діяльності;
- Базові знання фундаментальних розділів української та світової культури і мистецтва, в обсязі, необхідному для володіння ними в обраній професії;
- Базові знання в галузі інформатики й сучасних інформаційних технологій; навички використання програмних засобів і навички роботи в комп'ютерних мережах, уміння створювати бази даних і використовувати інтернет-ресурси;

- Базові знання в галузі, необхідні для освоєння загально-професійних дисциплін;
- Базові знання з підприємництва та підприємливості для можливої організації самостійної зайнятості та ведення підприємницької діяльності.

Інструментальні компетенції

- Здатність до письмової й усної комунікації рідною мовою;
- Дослідницькі навички;
- Навички управління інформацією.

Професійні компетенції. Загально-професійні компетенції

- Базові уявлення про різноманітність об'єктів предмету діяльності;
- Базові уявлення про історію мистецтв;
- Розуміння цілісного рішення об'єкту на основі емоційно-чуттєвого сприйняття художньої форми;
- Володіння методами спостереження, опису, ідентифікації, класифікації предмету діяльності;
- Застосування основних методів аналізу й оцінки стану об'єктів предметів діяльності;
- Базові уявлення про основні закономірності й сучасні досягнення у теорії та методології дизайну;
- Практичне й оперативне застосування знань, вмінь до конкретних професійних ситуацій;
- Застосування сучасних методів роботи з об'єктами предмету діяльності у виробничих умовах;
- Знання правових основ і законодавства України в галузі культури і мистецтв;
- Базові знання економіки та організації діяльності, управління виробничим процесом і уміння їх використовувати в професійній і соціальній діяльності;
- Володіння навичками ділових комунікацій у професійній сфері, знання основ ділового спілкування, навички роботи в колективі.

Спеціалізовано-професійні компетенції

- Застосовування професійно-профільованих знань в управлінській діяльності;
- Використання нормативних документів в управлінській діяльності;
- Використання професійно-профільованих знань в управлінській діяльності;
- Використання професійно-профільованих знань та практичних навичок менеджменту культури і мистецтва для виробничої діяльності;
- Використання теоретичних знань та володіння матеріалом для управлінської діяльності.

5. Організація навчання курсу			
Обсяг курсу			
Загальна кількість годин – 90			
VI семестр 3,0 кредити, загальна кількість годин: 90 (аудиторних – 30 год. , лекцій - 14 год.; практичні – 16 год.; самостійна робота - 60 год.). Форма контролю – залік.			
Вид заняття		Загальна кількість годин	
лекції		Стац. – 14	
семінарські заняття / практичні / лабораторні		Стац. – 16	
самостійна робота		Стац. – 60	
Ознаки курсу			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
VI	Спеціальність 022 «Дизайн»	III	Вибірковий
Тематика курсу			

Тема, план	Форма заняття	Література	Завдання, год	Термін виконання
Змістовий модуль 1. Тема 1. Сутність, значення і особливості розвитку менеджменту.	лекція	1; 4; 18	1 год. Робота з літературою	Перший тиждень
Тема 2. Організації як об'єкти управління	Лекція Прак-тичне	4; 18; 21; 22	1 год. 1 год. Робота з літературою	Перший тиждень
Тема 3. Процес менеджменту. Види і зміст управлінської діяльності.	Лекція Прак-тичне	4; 5; 13; 18; 21; 22	2 год. 1 год. Робота з літературою	Другий тиждень
Тема 4. Менеджмент спеціальних подій у сфері культури	Лекція Прак-тичне	1; 2; 3; 6; 7; 17; 19; 31; 33; 34	1 год. 2 год. Робота з літературою	Третій, четвертий тиждень
Тема 5. Види спеціальних подій і громадських заходів.	Лекція Прак-тичне	1; 2; 17; 31; 33; 34; 37; 38	1 год. 2 год. Робота з літературою	П'ятий, шостий тиждень
Змістовий модуль 2. Тема 6. Організація художньої виставки та галерей сучасного мистецтва	Лекція Прак-тичне	1; 3; 13 а; 14; 19; 32; 39	1 год. 2 год. Робота з літературою	Сьомий тиждень
Тема 7. Менеджмент у сфері дизайну	Лекція Прак-тичне	1; 3; 13 а; 14; 19; 32; 39	2 год. 2 год. Робота з літературою	Восьмий тиждень
Тема 8. Організація мистецьких фестивалів	Лекція Прак-тичне	1; 3; 13 а; 14; 19; 32; 39	1 год. 2 год. Робота з літературою	Дев'ятий тиждень
Тема 9. Арт-бізнес у сфері дизайну	Лекція Прак-тичне	1; 3; 13 а; 14; 19; 32; 39	2 год. 2 год. Робота з літературою	Десятий тиждень
Тема 10. Реклама і PR	Лекція Прак-тичне	10; 14; 20; 23; 24; 25-28; 29; 32; 35; 39; 40	1 год. 1 год. Робота з літературою	Одинадцятий тиждень
Тема 11. Технічне забезпечення спеціальних подій	Лекція Прак-тичне	24; 25-28; 32; 36; 39; 40	1 год. 1 год. Робота з літературою	Дванадцятий тиждень
6. Система оцінювання курсу				

Загальна система оцінювання курсу	90-100 балів (А «Зараховано») отримує студент, який виконав всі види самостійної роботи, практичні заняття, дав повні відповіді на запитання на заліку, опрацював рекомендовану літературу. 80–89 балів (В «Зараховано») отримує студент, який виконав всі види самостійної роботи, практичні заняття, дав відповіді на запитання на заліку, опрацював більшість рекомендованої літератури. 70–79 балів (С «Зараховано») отримує студент, який виконав більшу частину видів самостійної роботи, практичні заняття, дав відповіді на запитання на заліку, опрацював значну кількість рекомендованої літератури. 60–69 балів (D «Зараховано») отримує студент, який виконав половину видів самостійної роботи, практичних занять, дав неповні відповіді на запитання на заліку, опрацював половину рекомендованої літератури. 50–59 балів (Е «Зараховано») отримує студент, який виконав третину видів самостійної роботи, практичних занять, дав неповні відповіді на запитання на заліку, опрацював третину рекомендованої літератури. 26–49 балів (FX не зараховано з можливістю повторного складання) отримує студент, який виконав хоч якусь частину видів самостійної роботи, практичних занять, не дав відповіді на запитання на заліку, опрацював малу кількість рекомендованої літератури. 0-25 балів (F не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни) отримує студент, який не виконав жодного виду самостійної роботи, практичних занять, не може дати відповіді на запитання на заліку, не опрацював рекомендованої літератури
Вимоги до письмової роботи	Діагностика знань студентів здійснюється за допомогою: 1) усних опитувань на практичних заняттях; 2) письмових контрольних робіт; 3) письмового виконання аналізу менеджменту конкурсу (фестивалю) Розподіл балів, які отримують студенти Змістовий модуль 1 – 10 балів; Контрольна робота – 10 балів, індивідуальне завдання – 5 балів Змістовий модуль 2 – 10 балів. Контрольна робота – 10 балів, індивідуальне завдання – 5 балів. Залік – 50 балів. Загальна сума – 100 балів
Практичні заняття	Модуль 1 = 25 балів 1.Психологічне тестування: «Чи здатні ви бути менеджером», «Ваші шанси стати підприємцем», «Яка у Вас мотивація до успіху» - 2 бали 2. Організації як об'єкти управління - 2 бали 3. Процес менеджменту. Види і зміст управлінської діяльності - 2 бали 4. Менеджмент спеціальних подій у сфері культури - 2 бали 5. Види спеціальних подій і громадських заходів - 2 бали Індивідуальне завдання - 5 балів Контрольна робота – 10 балів Модуль II= 25 балів Організація художньої виставки та галерей сучасного мистецтва - 2 бали Менеджмент у сфері дизайну - 2 бали Організація мистецьких фестивалів - 2 бали Арт-бізнес у сфері дизайну. Реклама і PR - 2 бали Технічне забезпечення спеціальних подій - 2 бали Індивідуальне завдання - 5 балів Контрольна робота – 10 балів

Умови допуску до підсумкового контролю	Опрацювання рекомендованої літератури. Письмовий аналіз менеджменту конкурсу(фестивалю) Виконання письмових контрольних робіт Усні відповіді на практичних заняттях.
7. Політика курсу Відповідно до вимог Національної рамки кваліфікацій для кваліфікаційного рівня «бакалавр» програмні вимоги навчальної дисципліни спрямовані на досягнення шостого (6) кваліфікаційного рівня (Постанова Кабінету Міністрів України від 12 червня 2019 року № 509 «Про внесення змін у додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/509-2019-%D0%BF#n5), який передбачає здатність особи розв'язувати типові спеціалізовані задачі в певній галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування положень і методів відповідних наук і характеризується певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності та діяльності інших осіб у певних ситуаціях Тому, політика курсу спрямована на те, щоб забезпечити студентам здобуття знань, умінь та розуміння, що відносяться до галузі мистецької освіти, що дасть їм можливість виконувати свою роботу самостійно. Акцентується увага на забезпеченні підготовки професійних здібностей щодо самоорганізації, вміння самонавчатись, розвинути аналітичне мислення, приймати обґрунтовані рішення, здійснювати оцінювання та забезпечення якості виконаних робіт разом з вільним володінням іноземними мовами. У взаємовідносинах викладач та студенти керуються загальними морально-етичними принципами та правилами поведінки відповідно до Кодексу честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», ухваленого Конференцією трудового колективу ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» 29 грудня 2015 року.	
8. Рекомендована література 1. Абрамов Л. К., Азарова Т. В. Менеджмент у сфері культури. Кіровоград: ЦПТІ, 2000. 88 с. 2. Аванесова Г. А. Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации : учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2006. 236 с. 3. Антонюк О. В. Менеджмент культурно-мистецької сфери // Часопис НМАУ імені П. І. Чайковського : наук. журнал. 2011. Ч.2(11). С.104 –110. 4. Армстронг М. Менеджмент : методы и приемы : Пер. с 3-го англ. изд. К.: Знання-Прес, 2006. 876 с. (Европейский менеджмент). 5. Безгін І. Мистецтво і ринок : нариси. К.: ВВП «Компас», 2005. 544 с. 6. Воротной М. В. Менеджмент музыкального искусства : учеб пособие. СПб : Издательство «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ» ; Издательство «Лань», 2013. 256 с. 7. Гагоорт Гіп. Менеджмент мистецтва. Підприємницький стиль / переклав з англ. Богдан Шумилович. Львів: Літопис, 2008. 360 с. 8. Діяльність продюсера в культурно-мистецькому просторі ХХІ століття: зб. матеріалів Міжн. наук.-практ. конф., Київ, 2 грудня 2010 року). К. : НАКККіМ, 2011. 172 с. 9. Діяльність продюсера в культурно-мистецькому просторі ХХІ століття: традиції, концепції, перспективи : зб. наук. правь (за матеріалами Міжн. наук.-практ. конф., Київ, 20–21 грудня 2012 року) / відп. за випуск С. М. Садовенко. К. : НАКККіМ, 2013. 252 с. 10. Дороти Д. Паблісити и паблік рилейшенз. М.: Филинь, 1996. 11. Жданова Е., Иванов С., Кротова Н. Управление и экономика в шоу-бизнесе. М.: Финансы и статистика, 2003. 12. Зайцев В. П. Режисура естрады та масових видовищ: навч. посібник. К.: Дакор, 2003. 13. Кові Стівен Р. 7 звичок надзвичайно ефективних людей / пер. з англ. О. Любченко. Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2012. 384 с. 13.а. Коленько С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебник и практикум для академического бакалаврата. Люберцы: Юрайт, 2016. 370 с. 14. Кольбер Ф. Маркетинг у сфері культури та мистецтв / переклад з англ. Святослава Яринича. Львів: Кальварія, 2004. 240 с. 15. Коновалов А. Маленькие секреты большого шоу-бизнеса. СПб.: Питер, 2004.	

16. Корнеева С. Как зажигают «звезды». Технологии музыкального продюсирования. СПб.: Питер, 2004. 320 с.: ил.
17. Корнеева С. Музыкальный менеджмент : учеб. пособие. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. 303 с.
18. Кузьмін О. Основи менеджменту : підручник. Вид. 2-ге, випр., доп. К. : Академвидав, 2007. 464 с. (Альма-матер).
19. Культ-товары-XXI : ривизия ценностей (масскультура и ее потребители : коллективная монография / под общ. ред. И. Л. Савкиной, М. А.Черняк, Л. А. Назаровой. Екатеринбург : Издательский дом «Ажур», 2012. 272 с.
20. Музична естрада: Словник / Управління культури Харківської держ. адміністрації Харківський обласний центр народної творчості / В.М. Откидач (уклад.). Х. : Видавець І.В. Якубенко, 2004.
21. Нестуля О. Основи лідерства. Тренінг лідерських якостей та практичних навичок менеджера. Уроки видатних підприємців : навч. посіб. К. : Знання, 2013. 358 с.
22. Нестуля О. Основи лідерства. Тренінг лідерських якостей та практичних навичок менеджера : навч. посіб. К. : Знання, 2013. 287 с.
23. Новаторов В. Е. Социально-культурный маркетинг : история, теория, технология : учебное пособие. СПб.: Изд-во «Лань» ; Изд-во «Планета музыки», 2015. 384 с. (Учебники вузов. Специальная литература).
24. Откидач В. Естрадный спів і шоу-бізнес : навч.-метод. посіб. Вінниця : Нова Книга, 2013. 368 с.
25. Поплавський М. М. Антологія сучасної української естради. К.: Преса України, 2004. 416 с.
26. Поплавський М. Менеджер культури : підручник. К.: МП «Леся», 1996. 416 с.: іл.
27. Поплавський М. Менеджер шоу-бізнесу : підручник. К.: КНУКіМ, 1999. 560 с.
28. Поплавський М. М. Шоу-бізнес : теорія, історія, практика : підручник для студентів вищих навч. закладів культури і мистецтв. К., 2001.
29. Примак Т. PR для менеджерів і маркетологів : навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2013. 202 с.
30. Руда А. 1000 зірок шоу-бізнесу. К.: Школа, 2006.
31. Суминова Т. Н. Арт-менеджмент: реализация государственной политики в сфере культуры и искусства: монография. М.: Академический проект, 2017. 167 с.
32. Тульчинский Г. Маркетинг в сфере культуры : учеб пособие. СПб : Издательство «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ» ; Издательство «Лань», 2009. 496 с.
33. Тульчинский Г. Менеджмент в сфере культуры : учеб пособие. 5-е изд., испр. и доп. СПб : Издательство «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ» ; Издательство «Лань», 2013. 544 с.
34. Тульчинский Г. Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учеб. пособие. СПб : Издательство «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ» ; Издательство «Лань», 2010. 384 с.
35. Тульчинский Г. PR в сфере культуры и образования: учеб пособие. СПб : Издательство «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ» ; Издательство «Лань», 2011. 576 с.
36. Хезмондалш Д. Культурные индустрии [Текст] / пер. с англ. И. Кушнareвой; под науч. ред. А. Михалевой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. 456 с.
37. Хренов Н. Социально-психологические аспекты взаимодействия искусства и публики. М., 1991.
38. Чалдини Р. Психология влияния. Как научиться убеждать и добиваться успеха: [пер. с англ. О. С. Епимахова]. М. : Эксмо, 2014. 416 с.
39. Шекова Е. Л. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. Практикум : учеб. пособие /под ред Е. Л. Шековой. СПб : Издательство «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ» ; ; Издательство «Лань», 2012. – 160 с.
40. Щербакова И. Как стать успешным промоутером. Концертный бизнес в России. СПб.: Питер, 2011. 192 с.