

КУРС «КАК ОТКРЫТЬ И УПРАВЛЯТЬ КОММЕРЧЕСКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ГАЛЕРЕЕЙ»

Автор: Анна Елецкая

(В рамках курса 2 специальные лекции проведет Марат Гельман)

Язык: Русский

Обучение: Онлайн

Для кого: Для тех, кто готовится к экзаменам; для потенциальных арт-дилеров и новичков в этой профессии.

Зачем идти на курс?

- Понять, как работает арт-индустрия и узнать о ее механизмах.
- Получить инструменты, алгоритмы действий и практические решения. Без воды, только профессиональные практики в построении системы управления.
- Познакомиться и обменяться опытом с Маратом Гельманом.

О КУРСЕ

Уникальный профессиональный курс, не имеющий аналогов и раскрывающий абсолютно все аспекты и нюансы галерейного дела. Вы узнаете все об истории, особенностях и специфике галерейного бизнеса.

Лекции ведет автор курса, имеющий 30-летний опыт организации и управления малого и среднего бизнеса. Не проходит и месяца, чтобы автор не повышала свою квалификацию на очередном форуме или собрании Ассоциации Арт-дилеров или на специальных курсах повышения квалификации. Курс является основой для грамотного ведения собственного галерейного дела.

Открыть свою галерею после прохождения курса? Легко и профессионально!

ФОРМИРУЮЩИЕ ЦЕЛИ КУРСА

Основная цель данного курса — дать подробное руководство по управлению коммерческой художественной галереей. Этот курс сможет подготовить

потенциальных и начинающих галеристов к широкому спектру деликатных задач в общении с художниками, коллекционерами, кураторами и критиками. Курс обеспечит душевное спокойствие новичкам, что поможет им найти в себе смелость, необходимую для самостоятельной работы.

Курс дает следующее представление о работе в арт-бизнесе: как управлять денежными потоками, как развивать свою новую галерею, как нанимать персонал и управлять им, как участвовать в ярмарках. Курс предлагает участникам разработать подробную дорожную карту (бизнес-план) для своей галереи.

Данный курс основан на опыте известных американских галерей ('P. P. O. W.' Нью-Йорк; бостонская галерея 'Krakow Witkin Gallery'; 'Lower East Side gallery, Yours Mine&Ours'; 'Winkleman Gallery' Нью-Йорк) и ведущих галеристов (Edward Winkleman, Patton Hindle, Mr. Witkin и т.д.), поэтому практические примеры приводятся для понимания основных целей деятельности художественной галереи и методов их достижения.

Надежные рекомендации от разных экспертов (консерваторов, юристов по искусству и специалистов по работе с произведениями искусства) сэкономят годы дорогостоящих проб и ошибок.

Ключевым моментом данного курса является подробное руководство по созданию собственной «дорожной карты». В итоге участник получит навык разработки и оформления «бизнес-плана», которому необходимо следовать.

Это «руководство» представляет собой 37 уроков по 1.5 часа. Для прохождения курса не требуется специальное образование, а также опыт работы в художественной галерее или организации, где существует четкое видение организации управления бизнес-процессами.

Участникам курса будут предложены книги, которые важны для создания словарного запаса и расширения знаний в области управления арт-галереей и продаж на художественном рынке.

СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

1. Знакомство
2. История художественного бизнеса и специальное образование

3. Идентичность, или: определение концепции проекта и другие вопросы брендинга
4. Бизнес-модели и обычная практика
5. Дилеры первичного рынка
6. Дилеры вторичного рынка
7. Стартовый капитал
8. Введение в бизнес планирование
9. Вопросы местоположения и застройки
10. Управление денежным потоком
11. Упаковка, доставка, обрамление, фотографирование, управление и страхование произведений искусства
12. Персонал и практика управления
13. Получения экспертной оценки и профессиональной помощи
14. Художественные ярмарки
15. Бизнес-план (практические занятия)

В каждой лекции, где это уместно, представлены уроки/рекомендации от экспертов.

СПРАВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

В ходе курса будет предоставлен список из 10 книг по искусству и управлению, но они являются рекомендательными, а не обязательными. Книги по стратегии предназначены для углубления в область стратегии и, в частности, для понимания стратегических вопросов, а также стратегических подходов. Для чтения будут предоставлены статьи ведущих специалистов в области искусства в интернете, а для просмотра — несколько авторских видеороликов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Розелл М. Настольная книга коллекционера: Руководство по управлению и содержанию арт-коллекций, Альпина Паблишер, 2020.
2. Resch M. Management of Art Galleries, Phaidon Press, 2018.
3. Wellington Gahtan M. Pegazzano D. Monographic Exhibitions and the History of Art, New York Routledge 1 ed. 2018.
4. Winkleman Ed. Hindle P. How to start and run commercial Art Gallery, Allworth 2 ed. 2018.
5. Winkleman Ed. Selling Contemporary Art: How to Navigate the Evolving Market, Allworth, 2017.
6. Humphries L. Art Business Today: 20 Key Topics, On Kindle Scribe, 2016.
7. Krohn Amorose V. Art-Write: The Writing Guide for Visual Artists, Vicki Krohn Amorose, 2013.
8. Yudkin M. Strategic Marketing: Insights on Setting Smart Directions for Your Business, On Kindle Scribe, 2011.
9. Drucker Peter F. Management cases, Harper Business rev. ed. 2008.
10. Frey Bruno S. Arts&Economics, Springer 2 ed. 2003.

РАСШИРЕННАЯ ПРОГРАММА

Урок 1: Знакомство

В ходе знакомства выявляется направление интересов участников, их осведомленность в области искусства, а также открываются темы, которым участники хотели бы уделить больше времени. Будет предложена литература к курсу.

Урок 2 и 3: Введение в художественную индустрию

Далее будут обсуждаться:

- История зарождения арт-рынка
- Первичный и вторичный рынки
- Великие галереи и арт-дилеры
- Стратегии: как галерея создает добавленную стоимость и влияет на цены
- Ярмарки: преимущества и проблемы

- Аукционные дома и их технологии
- Стереотипы и мифы о галереях на примерах от известных дилеров
- Очные курсы повышения квалификации или бакалавриата
- Онлайн-курсы непрерывного образования
- Программы повышения квалификации (магистратура)
- Стажировки и менторы

Урок 4 и 5: **Ведет Марат Гельман —**

Современные Художественные рынки

- Описание нынешней ситуации
- Предыстория и прогноз

Система критериев в искусстве

- Как она зарождалась, как менялась, как разрушалась и что пришло ей на смену

Урок 6: Определение индивидуальности

Далее основным пунктом обсуждения будет брендинг.

- Определение программы галереи
- Задание: найти в интернете ряд известных галерей, выбрать одну из них и, изучив подробную информацию, выписать отличительные особенности концепции галереи
- Пошаговое написание заявления о миссии компании
- Задание: предложена сложная ситуация — участники должны ответить, как они поступили бы в подобной ситуации
- Решения по брендингу (способы, которыми можно подчеркнуть свой бренд)
- Изменение узнаваемости и ребрендинг
- Выводы

Урок 7: Бизнес-модели

- Введение: основные категории дилеров
- Бизнес-модели в виде детальных решений и практик
- Задание: ответить на вопрос: в чем важность искусства?
- Первичные и вторичные рынки
- Задание: Какие собственные потребности вы хотели бы удовлетворить через галерею? Какая основная цель вашего присутствия на рынке? На что вы планируете ориентироваться в продажах?
- Методы продаж и привлечение внимания к художникам

Урок 8: Дилеры первичного рынка

- Бизнес-модели Primary-market (инструменты и методы управления отношений с художниками и построения их карьеры; контракты)
- Стандартные стратегии продвижения и ценообразование работ художников
- Совместное использование работ с другими галереями
- Защита рынка своих художников

Урок 9: Дилеры вторичного рынка

- Бизнес-модели (примеры)
- Разница между первичным и вторичным рынками
- Экспертиза
- Стратегии продвижения и ценообразование работ
- Защита рынков
- Юридические соображения: структура собственности и универсальный коммерческий кодекс
- Выводы

Урок 10: Стартовый капитал

- Сколько нужно и как его получить
- 6 факторов, которые надо учитывать в расчетах стартового капитала

- Обзор: метод Будстрапа, первоначальные запасы, расходы до начала эксплуатации, затраты на местоположение, расходы на строительство, офисное оборудование, первоначальное продвижение, ежемесячные расходы в течение 1 года

Урок 11: Знакомство с бизнес планированием

- Резюме
- Описание бизнеса
- Описание рынка
- Планы развития и производства
- Продажи и маркетинг
- Управление и финансовые показатели

Урок 12, 13 и 14: Местоположение и застройка

- Выставочное пространство ('Белый куб'): потолки, стены, системы освещения, напольные покрытия, офисные помещения, хранение, зоны 'комфорта', полезное пространство.
- Примеры и обсуждение
- Игроки участвующие в получении помещения (брокеры, арендодатели, юристы, архитекторы, подрядчики)
- Как учесть бизнес-модель, программу и индивидуальность, а также средства и бизнес-цели при принятии решений о размещении и аренде

Урок 15, 16 и 17: Управление денежным потоком

- Основы управления денежными потоками (советы экспертов, стандартные методы ведения малого бизнеса и коммерческих художественных галерей)
- Ежемесячные расходы
- Ожидаемый ежемесячный доход
- Расчет денежного потока
- Задание: какие стратегии по привлечению средств и сокращению расходов можете предложить вы?

- Стратегии по привлечению денежных средств и сокращению денежных расходов (временное сокращение расходов, быстрое привлечение средств, опыт экспертов)

Урок 18, 19 и 20: Упаковка, доставка, обрамление, фотографирование, управление и страхование произведений искусства

- Частые сценарии
- Предварительная договоренность (стандартные документы)
- Упаковка (варианты упаковки, затраты)
- Перевозка (местные, внутренние, международные)
- Услуги по хранению
- Обрамление (принципы обрамления, монтаж, клеи, обложки, остекление, стили и материалы молдингов)
- Фотографирование произведений искусства
- Управление складом (запасник)
- Примеры систем учета
- Провенанс
- Задание: описать предложенное произведение искусства
- Страхование (виды покрытия, опыт экспертов)

Урок 21: Персонал и практика управления

- Разделение труда в коммерческой галерее
- Традиционные названия должностей и обязанностей сотрудников галерей (подробное описание)
- Как структурировать персонал галереи (пример от 3-х арт-дилеров)
- Поиск квалифицированных кандидатов (каналы/советы экспертов)
- Уроки экспертов
- Задание: составить список необходимых сотрудников в вашей галерее

Урок 22 и 23: Продвижение

- Основы публичности (реклама и известность; инструменты)

- Управление месседжем (объявления, пресс-релизы, сюжетные презентации)
- Задание: составить пресс-релиз своей первой выставки
- Как и кому отправлять объявления (электронные информационные службы)
- Что необходимо учитывать при выборе публициста (агентства, ссылки)
- Стандартные мероприятия по продвижению (приемы, регулярные мероприятия, специальные мероприятия)
- Использование интернета (соцсети, опыт экспертов)

Урок 24 и 25: Получение экспертного совета и профессиональной помощи

- Ученые (способы поиска ученых, расценки на экспертизу)
- Независимые кураторы (причина нанять независимого куратора, гонорары, соглашения)
- Консерваторы (причины нанять консерватора на первичном рынке, советы экспертов)
- Юристы (платформы с базами данных по искусству с акцентом на право перепродажи художников, причины необходимости юриста, рекомендации)
- Бухгалтер и счетовод (разница между бухгалтером и счетоводом, специальные программы, доставка товара за пределы региона/страны)

Урок 26: Художественные ярмарки

- Как изучить предстоящие ярмарки (источники информации, заявки)
- Иерархия художественных ярмарок (крупнейшие, Second-Tier Fairs, сателлитные ярмарки, ярмарки-галереи)
- Процесс подачи заявок (стоимость, необходимые документы)
- Политика и другие соображения (описание)

Урок 27 – 37: Бизнес-план (10 практических занятий)

Следующие лекции представляют собой практическую работу, где каждый участник составит собственный бизнес-план.

- I. Резюме (в последнюю очередь)
- II. Описание бизнеса
- III. Отраслевой сектор
- IV. Описание отрасли (популярные источники/анализ)
- V. Описание галереи (организационно-правовая форма компании, вид произведений искусства, каналы распространения, конкурентные преимущества, эффективность бизнес-модели)
- VI. Описание продукта (уникальное торговое предложение)
- VII. Рынок (виды ЦА/потребности, размер/тенденции, оценка конкурентов, позиционирование, ценовая стратегия, оценка продаж)
- VIII. Клиенты (портрет ЦА, сегментирование потребностей, отношение к бренду)
- IX. Размер рынка и тенденции (общий рынок, целевой рынок, поиск аналитической информации)
- X. Конкуренция (таблица)
- XI. Позиционирование на рынке (описание ниши)
- XII. Ценообразование (основные принципы, ваш тип услуг)
- XIII. Предполагаемый объем продаж (таблица на 3 года)
- XIV. Разработка и производство (статус развития, производственный процесс, стоимость производства/разработки, требования к персоналу, расходы и потребности в капитале/смета, SWOT-анализ)
- XV. Продажи и маркетинг (стратегия, ЦА, фишка галереи, инновации, привлечение)
- XVI. Управление (описание руководителей, собственность, совет директоров/консультанты, вспомогательные услуги)
- XVII. Финансовые показатели (предполагаемый объем продаж, отчет движения средств, балансовый отчет, отчет о прибыли и убытках)

Выводы/Q&A

МЕТОД ПРЕПОДАВАНИЯ

Онлайн-презентации посредством Zoom с раздачей материалов в формате pdf :

- ✓ традиционная фронтальная лекция 40%

- ✓ индивидуальные упражнения 30%
- ✓ разбор конкретных ситуаций и примеры 20%
- ✓ просмотр видеороликов 10%

МЕТОД ОЦЕНКИ

В ходе лекций будут даны задания, которые должны быть выполнены в установленное время (сроки) и представлены участниками.

Практические занятия (10 уроков) по составлению «Бизнес-плана» для своей галереи участники должны реализовать в течение времени курса и представить для коррекции, если такая потребуется.

ЭТИКЕТ ПОВЕДЕНИЯ В АУДИТОРИИ

- ✓ Вопросы задаются в чате или поднимается рука
- ✓ Камеры могут быть включены или выключены — по желанию
- ✓ Дискуссия ДА
- ✓ ДА вопросы на почту
- ✓ ДА разногласия
- ✓ ДА делиться опытом

КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:

Контактная информация по электронной почте автору и ведущему курса:
jeleckaa@gmail.com

Координатор программы: Free University