

"Основные Задачи Галерейного и Аукционного Менеджмента в Современных Условиях "

Научный руководитель – Назарова Марина Геннадьевна

Пингольцян Ася Араиковна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа культурной политики и управления в гуманитарной сфере, Менеджмент, Москва, Россия
E-mail: PingoltsyanAsya12888@gmail.com

На сегодняшний день проблема предпринимательства в сфере искусства очень актуальна и начинает развиваться все больше и больше с каждым днем. Открытие, продвижение и содержание частных галерей и аукционных домов требует особых знаний и труда. Данный вид деятельности полностью связан с совершенно иным сегментом на рынке и для этого необходим иной подход и нестандартное мышление. Как же открыть частную галерею или аукционный дом в современных условиях и отличаться от других? Одной из основных целей является развитие и продвижение своего дела, а так же его уникальность и отличие от других.

Сотни талантливых художников и других деятелей искусства творят в своих мастерских и никто даже и не знает о их существовании. Одна из задач галериста это найти такой талант и продвигать его, показать людям его уникальность и суметь развить спрос на художника и его работы. Ты должен быть в первую очередь продюсером и промоутером своих художников.

Содержание и продвижение частных галерей не так уж просто и галерея должен постоянно участвовать на различных мероприятиях и выставках искусства в частности и выезжать на мероприятия за границу, такие как биеннале, троенали, арт-базель и другие. Любой галерист должен постоянно держать руку на пульсе чтобы не отставать от тенденций и даже диктовать их. Для этого нужно постоянно находится на виду и взаимодействовать со СМИ и быть на слуху.

Источники и литература

- 1) п1 Галерейное поле / Пространство показа // Новый мир искусства. - 2005. - № 6. - С. 58 -67. п2 Галерейный бизнес : практические советы, как эффективно управлять галереями [+ 236 адресов лучших арт-дилеров мира]: российский и зарубежный опыт / [под ред. : В. Бабкова]. - Москва : ART-менеджер, 2006. - 236 с. п3 Гельман М. Стратегия развития галереи: [интервью] / М. Гельман ; бесед. В. Бабков // Художественный Совет. - 2007. - N 4. - С. 46-50. п4 Герасимова, Е. Л. Как заставить посетителей быть активными на выставках? / [беседа с] // Музей. - 2008. - N 3. - С.45-50. п5 Домбаян, Е. И. Как стать богаче в арт-бизнесе = English for Art Dealers : Англ. для художников и галеристов / Е. И. Домбаян. - М. : Добросвет, 2000. - 222 с. п6 Дьяконов В. Миры Марата Гельмана : Современное искусство в пути / В. Дьяконов // Новый мир искусства. - 2000. - №5. - С. 6-21. п7 Зеленова, М. Галеристы в шоколаде / М. Зеленова // Октябрь. - 2007. - N 3. - С. 171-174. п8 Йорден, О. "Музейная миля" на Арт-салоне / О. Йорден // Музей. - 2011. - N 6. - С. 68-71. п9 Карасев,

Н. В. Продажи и маркетинг в выставочном бизнесе: как привлекать и удерживать участников и посетителей выставочных мероприятий / Н. Карасев.- Москва : Статус Презенс, 2010. – 242 с.