

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

---

**ИНСТИТУТ ОБЩЕСТВЕННЫХ НАУК  
ШКОЛА ДИЗАЙНА  
Кафедра дизайна**

Утверждены Ученым советом  
Института общественных наук

Протокол от «10» декабря 2019 г. № 36

Рассмотрено и одобрено на заседании  
Кафедры Школы дизайна  
Протокол от «28» ноября 2019 г. № 4

**ТЕМАТИКА ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ на 2020 год  
по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент  
профиль «Управление в Арт-бизнесе»**

№	Тема	Кафедра
1	Новые подходы в государственной поддержке молодых талантов РФ	Кафедра дизайна ИОН РАНХиГС
2	Культурные программы для дошкольников в арт-институциях города Москва как способ формирования культурной (потребности)( концовку темы договорились доработать с научным руководителем)	Кафедра дизайна ИОН РАНХиГС
3	Современные подходы в управлении арт-пространств	Кафедра дизайна ИОН РАНХиГС
4	Управление созданием и развитием культурных кластеров в процессе ревитализации промышленных территорий российских городов	Кафедра дизайна ИОН РАНХиГС
5	Разработка новой платформы для взаимодействия участников музыкального рынка	Кафедра дизайна ИОН РАНХиГС
6	Развитие современного музея	Кафедра дизайна ИОН РАНХиГС
7	Концептуальное искусство как объект инвестиций. Произведения Ильи Кабакова на современном арт-рынке	Кафедра дизайна ИОН РАНХиГС
8	Государственная система регулирования ввоза и вывоза произведений искусства: влияние на арт-рынок и перспективы развития	Кафедра дизайна ИОН РАНХиГС
9	Коллаборации как способ развития арт-бизнеса и популяризация институций искусства	Кафедра дизайна ИОН РАНХиГС
10	Развитие музейной деятельности через взаимодействие с местным сообществом	Кафедра дизайна ИОН РАНХиГС

11	Новые подходы к коллекционированию в связи с трансформацией арт-рынка	Кафедра дизайна ИОН РАНХиГС
12	Система профессионального развития молодых художников	Кафедра дизайна ИОН РАНХиГС
13	Арт-маркетинг как инструмент управления продвижением рынка товаров и услуг: особенности и области применения	Кафедра дизайна ИОН РАНХиГС