ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ФЕСТИВАЛЯ КОРЕЙСКОЙ ПОПУЛЯРНОЙ КУЛЬТУРЫ В ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ НА ОСНОВЕ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ: ОПЫТ МУНИЦИПАЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Азаренков Л. С.

кандидат экономических наук, доцент кафедры социокультурного развития территории, Екатеринбургская академия современного искусства (Россия), 620078, Россия, г. Екатеринбург, ул. Мира, 40 А, доцент кафедры экономики ЖКХиЭ, Уральский государственный экономический университет (Россия), 620144, Россия, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/ Народной Воли, 62/45, azarenkov81@mail.ru

Штыркова О. А.

аспирант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Россия), 620002, Россия, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19, Gogitokonan@mail.ru

УДК 338.467.6
ББК 65.497-211м

Аннотация. Актуальность разработки данной работы (проекта) обусловлена с одной стороны необходимостью расширения ассортимента предлагаемых услуг муниципальной организации, увеличения внебюджетных средств, с другой – выстраивания межкультурного и межличностного взаимодействия в рамках совместной творческой деятельности, что непременным образом сказывается на росте социального согласия, развитию социальной сферы, развитию креативной экономики города, инвестиционной привлекательности территории в целом. В ходе разработки проекта были использованы следующие методы: теоретические – анализ, моделирование, сравнение, обобщение, планирование, проектирование; эмпирические – наблюдение, анализ документов, экспертное интервью, математическая и графическая обработка результатов. Практическая значимость данного проекта заключается в разработке и проведении фестиваля корейской популярной культуры на базе МАУК ЦК «Урал», что позволит расширить ассортимент культурно-массовых мероприятий, проводимых в данном учреждении, привлечёт дополнительных посетителей и послужит рекламой для муниципального учреждения культуры. Проектное обоснование данного фестиваля может быть полезно другим учреждениям культуры для проведения подобных событий на их базе с целью привлечения новых посетителей и расширения ассортимента проводимых мероприятий.

В рамках реализации работы удалось организовать, обосновать и провести на базе МАУК ЦК «Урал» проект фестиваля корейской популярной культуры «K-STAR» с использованием технологии управления проектами (социокультурного проектирования). Достигнутые в ходе реализации проекта результаты совпадают с намеченными: удалось привлечь внимание к разнообразию культурно-массовых мероприятий, организуемых ЦК «Урал», увеличить количество посетителей данного учреждения; познакомить горожан с «k-pop» направлением, поспособствовать развитию творческого мышления участников в процессе подготовки конкурсных номеров и создать оптимальные условия для обмена творческим опытом между людьми, увлекающимися современной популярной культурой Южной Кореи.

Ключевые слова: предпроектный анализ, управление проектами, управление временем, управление рисками, управление стоимостью, устав проекта, план управления проектами, маркетинг, маркетинг бюджетной организации, культура, фестиваль, бюджетное учреждение культуры, креативная экономика.

© Азаренков Л. С., Штыркова О. А., 2018

THE EXPERIENCE OF ORGANIZING A FESTIVAL OF KOREAN POPULAR CULTURE IN THE ORGANIZATION OF THE SPHERE OF CULTURE ON THE BASIS OF PROJECT MANAGEMENT

Azarenkov L. S.

Candidate of Economic Sciences, associate professor of the department of socio-cultural development of the territory, Ekaterinburg Academy of Contemporary Art (Russia), 620078, Russia, Ekaterinburg, Mira str., 40 A, Associate Professor of the Department of Economics of Housing and Communal Services, Ural State University of Economics (Russia), 620144, Russia, Ekaterinburg,

Shtyrkova O. A.

Post-graduate student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin (Russia), 620002, Russia, Ekaterinburg, Mira str., 19, Gogitokonan@mail.ru

Annotation. The relevance of the development of this work (the project) is due, on the one hand, to the need to expand the range of services offered by the municipal organization, to increase extra-budgetary funds, on the other, to build intercultural and interpersonal interaction within the framework of joint creative activity, which inevitably affects the growth of social harmony, development of social sphere, the investment attractiveness of the territory as a whole. The problem of research: how to organize a multicultural, vocal and dance festival that meets the needs of the target audience and draws attention to the activities of the municipal cultural institution, on the basis of which it is conducted. During the development of the project, the following methods were used: theoretical – analysis, modeling, comparison, generalization, planning, design; empirical – observation, document analysis, expert interview, mathematical and graphical processing of results. The practical importance of this project is to develop and hold a festival of Korean popular culture on the basis of Central Committee "Ural", which will expand the range of cultural events held in this institution, attract additional visitors and serve as an advertisement for the municipal cultural institution. The project rationale for this festival can be useful to other cultural institutions for conducting similar events on their basis in order to attract new visitors and expand the range of activities.

As part of the implementation of the work, it was possible to organize, justify and conduct a project of the Korean popular culture festival "K-STAR" on the basis of the МАУК of the Central Committee "Ural" using socio-cultural design technologies. The results achieved in the course of the project implementation coincide with those outlined: it was possible to draw attention to the variety of cultural events organized by the Central Committee of the Urals, to increase the number of visitors to this institution; to acquaint the townspeople with the "k-pop" direction, to contribute to the development of the creative thinking of the participants in the process of preparing the contest numbers and to create the optimal conditions for the exchange of creative experience among people who are keen on the modern popular culture of South Korea.

Key words: creative economy, pre-project analysis, project management, time management, risk management, cost management, project charter, project management plan, marketing, budget organization, culture, festival, budget cultural institution.

Актуальность разработки данной работы (проекта) обусловлена с одной стороны необходимостью расширения ассортимента предлагаемых услуг муниципальной организации, увеличения внебюджетных средств, с другой – выстраивания межкультурного и межличностного взаимодействия в рамках совместной творческой деятельности, что непременным образом сказывается на росте социального согласия, развитию социальной сферы, развитию креативной экономики города, инвестиционной привлекательности территории в целом.

Фундаментальной основой заявленной темы явились тесты Р. Флориды, Ч. Лэндри. Вопросы, касающиеся стратегического управления в развитии территории и маркетинга территории, авторитетно отражены в работах И. К. Панкрухина Заметный вклад в развитие и применение технологии проектного управления в социокультурной сфере внесли доценты Уральского Федерального университета Л. Н. Боронина и З. В. Сенук. Такие авторы, как О. Я. Гойхман, Е. И. Резникова, Т. Л. Тульчинский в своих трудах рассматривают различные виды фестивалей и затрагивают важные аспекты их подготовки и проведения. Б. Б. Бабков, Р. Деретт, Г. Я. Лаптева акцентируют внимание на том, что наполнение фестивалей должно соответствовать современности, а для их организации и проведения необходимо

использовать современные технологии, в том числе и на основе проектного управления.

Популярность фестивалей, связанных с демонстрацией особенностей как народной, так и популярной культуры той или иной страны отчасти обусловлена глобализацией – процессом, направленным на создание целостного культурного, информационного, экономического пространства [1]. Безусловно, процесс глобализации, как и иные процессы, связанные с преобразованием общества в целом, имеет свои плюсы и минусы. Так, наиболее очевидным плюсом в процессе глобализации является открытость, вседоступность и взаимопроникновение информации. Помимо этого, процесс глобализации общества сопровождается активным взаимодействием людей с разных континентов, разных национальностей. Именно этим и обусловлено смешение национальных особенностей. Наиболее ярким минусом глобализации является то, что в результате взаимовлияния теряется уникальность и самобытность культур разных народов. В результате творческий продукт принимает определенный стандарт. Современная популярная культура Южной Кореи и «k-pop» направление в частности являются наглядными примерами таких процессов.

Кей-поп (k-pop) – это музыкальный жанр, возникший в Южной Корее и вобравший в себя элементы западного электропопа, хип-хопа, танцевальной музыки и современного ритм-н-блюза. Появившись изначально как музыкальный жанр, k-pop превратился в масштабную музыкальную субкультуру с миллионами поклонников среди молодёжи во всём мире. Имея понимание влияния глобализации на культуру, рассмотрим исторический аспект возникновения данного музыкального направления, который проходил в несколько этапов. Первым этапом был период после окончания Второй Мировой войны, когда Южная Корея испытывала сильное культурное влияние Запада, в особенности – США. Второй этап становления Корейской культуры связан с адаптацией Западной современной культуры в 1970-х к корейскому рынку. Большим успехом тогда был прорыв группы «Korean kittens», которая гастролировала по миру и даже заезжала на BBC, где они успешно перепели знаменитейших «The Beatles». Феномен «Korean kittens», заключался в том, что они исполняли каверы на английском языке и были одеты по Западному образцу, но выделялись благодаря экзотической, для тех времен, «азиатской» красоте. Третьим этапом для корейской волны оказался период после финансового кризиса 1997 года, когда о себе заявила киноиндустрия. Именно в это время корейцы решили вложиться в производство культурных продуктов, и вышли на новый качественный уровень производства дорам (так называют корейские сериалы) и полнометражного кино. Кинопродукцию начали покупать и показывать за пределами Южной Кореи, что положительно сказалось на росте популярности продуктов корейской развлекательной индустрии. [2,3].

Ранее в Екатеринбурге k-pop cover-номера были представлены исключительно в виде блоков на фестивалях смежной направленности – косплей-фестивалях, где основная часть номеров базируется на национальной и современной культуре Японии. С течением времени в Екатеринбурге, Свердловской и соседних областях сформировалось огромное количество танцевальных команд, исполняющих каверы на k-pop постановки. В связи с этим, появилась потребность в создании отдельного фестиваля, посвящённого исключительно k-pop направлению, который соответствовал бы интересам участников и зрителей и положительным образом влиял на развитие сферы культуры Екатеринбурга.

По своей сути, разработка фестиваля корейской популярной культуры вписывается в формат проектной деятельности. Проект – это деятельность по достижению нового результата в рамках установленного времени с учетом определенных ресурсов. Включающая описание конкретной ситуации, которая должна быть улучшена, и конкретных методов по ее улучшению [4,5]. Управление проектом – планирование, организация и контроль трудовых, финансовых и материально-технических ресурсов проекта, направленных на эффективное достижение целей проекта [5]. Актуальность проектной деятельности определяется её универсальной формой, наличием четко выстроенной структуры. Использование принципов проектного управления позволяет эффективно решать поставленные задачи и повышает надёжность успешного достижения обозначенных целей.

Говоря про актуальность реализации данного проекта для города, стоит отметить, что он встраивается стратегическую программу «Екатеринбург – территория творчества» [7]. Проект фестиваля направлен на удовлетворение текущих потребностей, обозначенных в программе, а именно:

- потребности в выстраивании механизмов сотрудничества для творческих союзов и творческих общественных организаций, учреждений культуры;
- потребности в создании доступного художественного продукта для горожан и гостей города;
- потребности в создании условий для обмена позитивным творческим опытом;
- потребности в проведении совместных с муниципальными учреждениями культуры творческих проектов;
- потребности в инициативе со стороны творческих союзов к созданию творческих проектов городского масштаба.

Таким образом, на основании проведённого предпроектного анализа и изучения теоретических источников мы видим, что фестивали являются одной из

наиболее актуальных на сегодняшний день форм проведения культурно-массовых мероприятий. Они проводятся во множестве стран и пользуются огромной популярностью среди аудитории всех возрастов. Разрабатываемый фестиваль корейской популярной культуры актуален для Екатеринбурга, поскольку встраивается в стратегическую программу «Екатеринбург – территория творчества». Для целевой аудитории данный проект актуален, поскольку является площадкой для самореализации, обмена творческим опытом и служит площадкой для новых знакомств.

Главная проблема, на решение которой направлен разрабатываемый проект – как организовать вокально-танцевальный фестиваль, отвечающий потребностям целевой аудитории и привлекающий внимание к деятельности муниципального учреждения культуры, на базе которого он проводится? Её решение – разработка и реализация проекта фестиваля корейской популярной культуры.

Проект включает в себя три части – проведения анонса фестиваля в формате фотоконкурса, непосредственно проведение фестиваля, а также – организацию afterparty фестиваля.

Основной идеей фестиваля является создание оптимальных условий для обмена творческим опытом между его участниками – поклонниками популярного направления под названием «k-pop».

На этапе подготовки данного проекта рассматриваются различные площадки для его реализации. В качестве наиболее подходящих площадок в Екатеринбурге выделяются различные дома и центры культуры, например «Верх-Исетский», «Эльмаш», «Елизаветинский» и другие. Возможно проведения фестиваля на сцене театра, например – театра балета «Щелкунчик» и на базе коммерческих организации, например – концерт-холла «Свобода».

В конечном итоге базой реализации проекта выступило Муниципальное автономное учреждение культуры «Центр культуры «Урал» – уникальный современный культурно-досуговый комплекс, созданный под патронажем Управления культуры Администрации Екатеринбурга. Учреждение представляет собой многофункциональное пространство «пять в одном» – современный конгресс центр, профессиональный концертный зал, разножанровый досуговый центр, универсальная (трансформируемая) площадка для проведения ивентов и ресурсный центр по организации общегородских проектов. Организация пространства ЦК «Урал» является предпосылкой для успешных культурных и бизнес-коммуникаций, что позволяет успешно реализовывать его основную миссию – формирование уникального общегородского пространства.

В рамках проведения экспертного интервью с руководством ЦК «Урал» были выделены проблемы, для решения которых предлагается проведение фестиваля корейской популярной культуры на базе обозначенного учреждения.

К участию в качестве партнёров и спонсоров планируется привлечение следующих организаций: почетного консульства Республики Корея в г. Екатеринбург, национально-культурной автономии российских корейцев (г. Екатеринбург), международной молодежной организации «AIESEC». Анонс «K-STAR» и фотоконкурс запланирован в рамках партнёрского фестиваля «ЧибиФест», который состоится в Екатеринбурге 28 января 2017 года в ДК «Лаврова».

В качестве информационных партнёров могут выступить различные Интернет-порталы, например такие, как «Uralstudent.ru», «RusAnimeFest», «Афиша. Яндекс», «Anime Conventions», «Anime-Nippon-Jin», «Global city», «Inburg. Интересный Екатеринбург», «Выбирай», «МОМЕНТЫ», «Афиша E1.ru», «Ekbfree. Бесплатный Екатеринбург», «66.ru», «Вебург».

На площадке фестиваля запланирована организация фудкорда, к участию в которой приглашаются различные кофейни – «Gudman», «Red cup», «CoffeeUP», а так же рестораны азиатской кухни – «Сеул», «Ping pong», «Panda KukSu». Помимо фудкорда планируется зона фестивальной ярмарки, к участию в ней приглашаются фирма печатной сувенирной продукции «PosterMan», магазин аниме и k-pop товаров «Акихабара», магазин корейских товаров «K-Light» и магазин контактных линз «Contact-ekb».

В качестве спонсоров, предоставивших призы участникам фестиваля, приглашены компании, уже спонсировавшие подобные фестивали – лингвистический центр «Культурный Диалог», молодежный центр «Культ-Урал», школа танцев «Promodance», батутный парк «Razgon», а также фестиваль «Summer Cover Fest» (г. Уфа).

В качестве площадки для проведения afterparty рассматривается пространство концерт-холла «Свобода» и бар-клуб «ProPock».

Описанная выше концепция проекта представлена в виде двух итоговых документов – Устава (табл. 1) и Плана управления проектом (табл. 2). Устав проекта – итоговый документ стратегического замысла проекта. Он включает в себя название проекта, его инициаторов, стратегические цели, результаты, продукты, окружение, ограничения, временные рамки и суммарный бюджет.

Плана управления проектом – сводный документ, кратко описывающего основные подсистемы проекта: план управления временем, план управления стоимостью, план управления персоналом, план управления рисками.

После формулировки концепции проекта фестиваля и планирования действий для его реализации необходимо произвести анализ имеющихся ресурсов. В приведённой ниже таблице 3 представлены характеристики имеющихся ресурсов.

Таблица 1. **Устав проекта**

Концептуальные параметры проекта	**Характеристика проекта**
Название проекта	Организация фестиваля корейской современной популярной культуры в муниципальном учреждении»
Инициаторы	Муниципальное автономное учреждение культуры «Центр культуры «Урал»
Обоснование бизнес-потребностей	Проект носит коммерческий характер
Стратегические цели проекта	• Привлечь внимание к разнообразию культурно-массовых мероприятий, организуемых ЦК «Урал»; • Знакомство горожан с «k-pop» направлением; • Способствование развитию творческого мышления участников в процессе подготовки творческих номеров; • Создание оптимальных условия для обмена творческим опытом между людьми, увлекающимися современной популярной культурой Южной Кореи
Результаты проекта	Организация и проведение фестиваля корейской современной популярной культуры «K-STAR»
Продукты проекта	• Проведение конкурса фотографий в рамках анонсирования фестиваля на «ЧибиФесте»; • Проведение фестиваля; • Проведение afterparty
Ограничения	Регламент предусматривает возрастное ограничение «14+»
Временные рамки проекта	12.11.2016 – 30.04.2017
Целевые показатели и критерии успеха проекта	Целевым показателем фестиваля является количество проданных билетов на фестиваль и afterparty, сумма организационных взносов от участников. Критерием успешности проекта является количество участников и зрителей, посетивших фестиваль, количество и окраска отзывов после проведения фестиваля, резонанс в социальных сетях
Окружение проекта	Муниципальное автономное учреждение культуры «Урал», Екатеринбургская академия современного искусства, почетное консульство Республики Корея в г. Екатеринбург, национально-культурная автономия российских корейцев (г. Екатеринбург), международная молодежная организация «AIESEC», информационные порталы «Uralstudent.ru», «RusAnimeFest», «Афиша.Яндекс», «Anime Conventions», «Anime-Nippon-Jin», «Global city», «Inburg. Интересный Екатеринбург», «Выбирай», «МОМЕНТЫ», «Афиша E1.ru», «Ekbfree. Бесплатный Екатеринбург», «66.ru», «Вебург», сеть кофеен «Red cup», лингвистический центр «Культурный Диалог», молодежный центр «Культ-Урал», школа танцев «Promodance», батутный парк «Razgon», кафе-бар «Panda KukSu», бар «ProPock», фирма печатной сувенирной продукции «PosterMan», магазин аниме и k-pop товаров «Акихабара», магазин корейских товаров «K-Light», магазин контактных линз «Contact-ekb», фестиваль «Summer Cover Fest» (г. Уфа), фестиваль «ЧибиФест» (г. Екатеринбург)
Суммарный бюджет	159248 рублей

Таблица 2. **План управления проектом**

Подсистемы проекта	**Характеристика**
План управления временем	Общее время подготовки и реализации проекта составляет 5 месяцев
План управления стоимостью	Общая сумма затрат составляет 159 248 руб.
План управления персоналом	Проектная команда состоит из 7 человек
План управления рисками	Продуманы действия по минимизации возникновения непредвиденных ситуаций и их устранению

Таблица 3. **Анализ ресурсов с точки зрения их наличия в организации**

Тип ресурсов	**Актуальные (А)**	**Потенциальные (П)**	**Способ перевода из П в А**
Интеллектуальные	100%	0%	–
Материальные	70%	30%	Данный тип ресурсов был обеспечен наличием богатой материально-технической базы ЦК «Урал», а так же специально созданной полиграфической продукцией для участников и победителей фестиваля на партнёрские средства и части суммы от продажи зрительских билетов
Организационные	100%	0%	–
Финансовые	10%	90%	Основная часть финансовых ресурсов была обеспечена за счет партнёрских средств и дополнена частью суммы от продаж зрительских билетов
Управленческие	40%	60%	Часть специалистов, занятых на проекте сотрудники ЦК «Урал», остальную часть проектной команды составляли студенты и выпускники ЕАСИ

Интеллектуальный ресурс подразумевает под собой уровень знаний, интеллектуальных способностей и умения людей организовывать мероприятия.

Материальный ресурс – все материалы, инвентарь и недвижимые ресурсы, необходимые для проведения мероприятия.

Финансовый ресурс – денежные средства, которые позволяют реализовывать проект и могут быть конвертированы в любые другие типы ресурсов.

Организационный ресурс есть организационная база, на которой может быть реализован проект. Она должна иметь необходимое оборудование и техническое обеспечение.

Управленческий ресурс представляет собой команду проекта, ее навыки управления процессами, коммуникациями и людьми.

В рамках проведения фестиваля «K-STAR» были выделены следующие подсистемы – управление временем, командой, стоимостью и рисками.

Управление временем – одна из важнейших подсистем проекта, определяющая его ограничения по времени. Оно осуществляется на всех этапах жизненного цикла проекта. Управление временем на этапе разработки проекта было представлено в виде календарного плана. Календарный план, в свою очередь, является отражением задач, закреплённых за каждым членом команды проекта с указанием сроков их выполнения.

Наглядным представлением календарного плана является диаграмма Ганта, на которой в виде сетевого графика отражена последовательность выполнения работ [8] .

Еще одной важной подсистемой является управление командой проекта – отдельными лицами, отвечающими за часть работ в рамках его подготовки и реализации. Команда проекта фестиваля состояла из одиннадцати человек и девяти привлечённых волонтёров. Каждый из членов проектной команды обладал знаниями и навыками, необходимыми для выполнения закрепленной за ними работы в рамках реализации проекта.

Организационная структура команды фестиваля – проектная. Использование данного типа структуры обусловлено тем, что внутри основной команды

Таблица 6. **Доходы от продажи билетов**

Место продажи	**Кол-во проданных билетов**	**Стоимость билета**	**Доход**
Касса ЦК «Урал» (предпродажа)	63	350	22 050
Касса ЦК «Урал» (в день фестиваля)	90	400	36 000
Личная продажа (предпродажа)	19	350	6650
Онлайн-продажа через сервис «Timepad»	16	400	5744
Билеты на afterparty	82	350	28 700
Итого	**188 + 82**		**90 144 (70 444 + 28 700)**

образовывались временные подразделения, возглавляемые компетентными в той или иной области членами проекта. В проектной структуре члены команды ориентированы на достижение целей проекта и подчиняются только его руководителю. Созданные подразделения выполняли различные функции – отвечали за решение технических вопросов (свет, звук на площадке и т.п.), занимались разработкой визуального содержимого проекта, полиграфией, выполняли роль волонтёров и так далее.

Функциональные отделы играли роль пула ресурсов, динамически перераспределяемых между задачами проекта. При такой организации сотрудники действовали в рамках проекта, а их деятельность была полностью определена руководством проекта. Схематично организационная структура аналогична внутренней коммуникационной структуре (рис. 2).

Далее перейдём к рассмотрению матрицы ответственности, представленной в виде таблицы. Она иллюстрирует зону ответственности для каждого участника проектной команды. С задачами, поставленными менеджером проекта, с зонами ответственности для каждого участника проектной команды можно ознакомиться в таблице 2 в приложении 1.

Перейдём к рассмотрению столь же важной, как и управление временем, подсистеме проекта – управлению стоимостью проекта. Управление стоимостью осуществлялось на всех этапах жизненного цикла проекта и включало в себя оценку стоимости проекта, разработку его сметы, а также – контроль стоимости. Исходя из выше сказанного очевидно, что главной целью управления стоимостью является планирование и контроль затрат.

Управление стоимостью осуществлялось посредством контроля бюджета проекта. Суммарный бюджет составил 159248 рублей. Основные затраты фестиваля приходились на оплату аренды ЦК «Урал» и бараклуба «ProRock», аренду сценического оборудования, сумму призового денежного фонда, расходов на призы участникам фестиваля, затрат на полиграфию и расходов на иные материалы. С подробной сметой фестиваля можно ознакомиться в таблице 3 в Приложении 1.

Основная часть доходов была получена от продаж зрительских билетов (личные продажи, кассы ЦК «Урал» электронная продажа с помощью сервиса Timepad / Призовой фонд фестиваля формировался на основе суммы организационных взносов, оплаченных конкурсантами за участие. Доходы от оплаты входных билетов на afterparty покрывали стоимость аренды площадки кофе-бара «ProRock» (табл. 6).

Стоимость организационного взноса определялась в зависимости от количества номеров, в которых конкурсант принимал участие (табл. 7). Стоимость участие в одном или двух номерах оценивалась в 300 рублей, за каждый дополнительный номер была установлена доплата в 100 рублей. Общая сумма от взносов была разделена на определённое количество победителей фестиваля и вручена в качестве денежного приза.

Таблица 8. **Доходы от аренды мест на ярмарке**

Название организации	**Сумма аренды**
Кофейня «Red Cup»	4000
Магазин корейских товаров «K-Light»	1000
Магазин контактных линз «Contact-ekb»	1000
Фирма «PosterMan»	2000
Кафе «Panda Kuksu»	2500
Магазин аниме и к-поп атрибутики «Акихабара»	4000
Итого	**14 500**

Одна из частей дохода фестиваля сформировалась за счёт аренды партнёрскими компаниями, фирмами и магазинами мест на ярмарке и фудкорде (табл. 8).

Исходя из расходов (табл. 3 в приложении 1) и доходов (табл. 6–8) на организацию и проведение фестиваля мы видим, что общий доход данного проекта составил 176044 рублей, расход – 159249 рублей. Все расходы были покрыты. Прибыль фестиваля составила 16796 рублей.

В рамках подготовки проекта фестиваля особое внимание было уделено просчёту возможных рисков, их минимизации и, по возможности, избегания. Под проектными рисками понимаются неблагоприятные ситуации и последствия, связанные с нанесением ущерба в рамках процесса организации и проведения фестиваля.

Первый риск, с которым столкнулась команда организаторов – вероятность, что руководство ЦК «Урал» не будет заинтересовано в проведении фестиваля корейской популярной культуры и, следовательно, откажет в его проведении на базе своего учреждения. Конкретно сформулировав цели, задачи, концепцию фестиваля, предоставив информацию о целевой аудитории и оформив перечисленные данные в виде презентации этого риска удалось избежать. Руководством ЦК «Урал» на взаимовыгодных условиях был предоставлен многофункциональный зал для проведения фестиваля. Помимо этого, были привлечены штатные сотрудники данного учреждения, которые, впоследствии, отвечали за технические моменты во время реализации проекта.

Один из наиболее опасных рисков был связан с экономической стороной проекта – имелись опасения, что вложенные в реализацию средства не окупятся, а бюджет фестиваля окажется отрицательным. Этого удалось избежать с помощью привлечения партнёров, установления оптимальной цены зрительских билетов, а так

же указанием цены за участие в конкурсной программе фестиваля. К сожалению, не все компании, привлекавшийся в качестве партнёров и спонсоров на «K-STAR», откликнулись на предложение, но это не сказалось отрицательным образом на его реализации.

В проектах, к реализации которых привлекаются волонтёры, существует вероятность, что кто-то из них не справиться со своими обязанностями. Для минимизации данного риска проводился инструктаж в рамках организационных собраний с командой волонтёров. На них же сообщалась необходимая для эффективной работы информация. После завершения фестиваля состоялось итоговое собрания, на котором были оглашены все плюсы и минусы работы волонтёров для успешного взаимодействия в рамках проведения фестиваля в следующем году.

Поскольку большая часть посетителей фестиваля является его участниками, одним из вероятных рисков являлось малое количество проданных билетов и малое количество зрителей. Для его минимизации была проведена обширная пиар-компания через информационные Интернет-порталы. Привлечению дополнительной аудитории способствовало создание официального сайта, регулярное пополнение официальных аккаунтов фестиваля в социальных сетях.

В рамках проведения фестиваля особое внимание уделялось привлечению коммерческих партнёров. Экономический риск при работе с ними заключался в вероятности того, что та или иная компания не оплатит стоимость аренды места на ярмарке. Для минимизации данного риска была введена система 50% предоплаты, служившая, с одной стороны, гарантией закрепления места на ярмарке для партнёров, а с другой – «страховкой» для организаторов.

Помимо указанных выше рисков, стоит отметить и возможный технических риск, связанный с использованием светодиодного экрана. Большая часть конкурсных номеров предполагала использование в качестве визуального сопровождения специальных видеофонов и во избежание технических проблем и заминок во время проведения фестивальной программы был приглашён профессиональный видеоинженер, знающий технологию работы со светодиодными экранами. Однако, несмотря на попытку минимизации данного риска, полностью его не удалось избежать. В результате, в связи с технической проблемой, возникла заминка на репетиции в день фестиваля, но этот момент не отразился на регламенте проведения фестиваля.

Программа «K-STAR» содержала большое количество конкурсных номеров, что создавало вероятность возникновения проблем с таймингом. Для его чёткого соблюдения был разработан детальный план мероприятия с указанием точного времени выступлений конкурсантов. Предварительно с конкурсантами был согласован порядок выступлений, чтоб номера, в которых участвует один и тот же человек, не шли друг за другом и конкурсант мог спокойно переодеться и подготовиться перед выходом на сцену.

Несмотря на попытку минимизации вероятных рисков были моменты, которые не удалось просчитать. Перед проведением открытия фестиваля была обнаружена проблема со звуковым оборудованием и в результате номера, запланированные к показу в самом начале фестиваля, сдвинулись по времени. Оставшееся время в начале фестиваля ведущие заполнили общением с залом.

Таким образом, описано управление институциональными подсистемами проекта фестиваля корейской популярной культуры «K-STAR». Оно включает в себя управление командой, временем, стоимостью и рисками, которые сопровождаются организационным моделированием проекта. Составлен календарный план работ и матрица ответственности, в которой представлены обязанности, закреплённые за каждым членом команды проекта. В рамках управления стоимостью составлена смета проекта, подсчитаны доходы и расходы. Предпринималась попытка просчитать риски для их минимизации. Возникшие в результате реализации проекта проблемы были проанализированы во избежание их повторения в будущем. Благодаря проведённой работе, все участники конкурсной программы смогли выступить, регламент проведения фестиваля был соблюдён.

Итоговая оценка проекта проводилась в установленный срок с 01.05.17 до 16.06.17 и предполагала общий контроль изменений, их отслеживание и координация путём своевременного и оперативного внутреннего взаимодействия проектной команды с внешней средой – партнёрами, спонсорами.

Общее время подготовки фестиваля заняло 5 месяцев. На протяжении этого времени менеджер проекта занимался координацией и точным соблюдением сроков выполнения работ, контроль за которыми осуществлялся согласно заранее составленному календарному плану проекта. В соответствии с календарным планом проекта все запланированные этапы были соблюдены.

Общая сумма затрат на подготовку и проведение фестиваля составила 159248 рублей. Доход от организационных взносов участников, продажи зрительских билетов и партнёрских средств составил 176044 рублей. Произведя расчёт, можно увидеть, что чистая прибыль фестиваля составляет 16796 рублей. Исходя из этих данных, мы можем говорить об экономической эффективности проекта.

Как отмечалось ранее, одной из основных целей проведения фестиваля «K-STAR» являлось привлечение внимания к разнообразию мероприятий, проводимых на базе Центра культуры «Урал». Для мониторинга достижения данной цели был произведен подсчёт количества участников, зрителей фестиваля и проведён анализ, из каких

городов они прибыли. В соответствии с имеющимися данными, в конкурсной программе фестиваля приняли участие 194 человека не только из Екатеринбурга, но и из таких городов, как Челябинск, Нижний Тагил, Златоуст, Пермь, Уфа и Новосибирск. Важным достижением является участие иностранных конкурсантов (рис. 26, приложение 2) в фестивале – гостей из Вьетнама и Южной Кореи, посетивших Екатеринбург в рамках образовательной программы по обмену.

Определить количество зрителей предоставляется возможных по количеству проданных билетов. Общая сумма билетов, реализованных по предпродаже через кассы ЦК «Урал», онлайн сервис «Timepad» и личную продажу составляет 98 шт. В день проведения фестиваля в кассе ЦК «Урал» по увеличенной стоимости было приобретено 90 билетов. Отталкиваясь от этих данных можно сделать вывод, что в фестивале в качестве зрителей приняли участие 188 человек.

Исходя из представленных выше данных мы видим, что в «K-STAR», за исключением команды проекта, технического персонала и волонтёров приняли участие 382 человека, что является достойным показателем для проекта с его столь узконаправленной тематикой. К участию в фестивале удалось привлечь на безвозмездной основе фотографов и видеооператоров. Организованную онлайн-трансляцию фестиваля на «Youtube» и во «ВКонтакте» в день проведения фестиваля просмотрело более 100 пользователей из разных городов нашей страны.

Далее произведем оценку эффективности рекламной кампании проекта – непосредственно, самого фестиваля, площадки проведения и привлечённых партнёров. Основное продвижение проекта было осуществлено посредством размещения новостей о фестивале на порталах информационных партнёров. Все приглашенные порталы согласились принять участие в фестивале в качестве информационных партнёров. Ими были: «Uralstudent.ru»], «RusAnimeFest», «Афиша. Яндекс» «Anime Conventions», «Anime-Nippon-Jin» , «Global city», «Inburg, Интересный Екатеринбург», «Выбирай», «МОМЕНТЫ», «Афиша E1.ru», «Ekbfree. Бесплатный Екатеринбург», «66.ru», «Вебург»

Эффективными каналами продвижения являлись официальные аккаунты фестиваля в социальных сетях. Для удобного размещения и поиска новостей был утверждён официальный хэштег фестиваля – #k_ star2017, активно используемый зрителями и участниками во время размещения новостей, фото и видео с фестиваля в своих аккаунтах.

Подробнее рассмотрим количество размещенных на 20.07.17 новостей о проекте на различных платформах. Начнём с изучения статистики официальной группы фестиваля в самой популярной в России социальной сети – «ВКонтакте». Наибольшее количество участников официальной группы фестиваля на 05.05.17 составило 1818 пользователей. В день проведения фестиваля было зафиксировано наибольшее количество просмотров группы за сутки – 4337. Запись прямой трансляции фестиваля, размещенную в группе, в общей сложности просмотрели 2513 раз.

Перейдём к мониторингу информации о фестивале в социальной сети Instagram. В открытом доступе с указанием официального хэштега фестиваля было размещено 330 фотографий и видеозаписей. Дополнительно стоит отметить, что, несмотря на отсутствие рекламы официального аккаунта «K-STAR» на указанной платформе, на данный момент на него уже подписано 93 пользователя.

266 пользователей подписаны на официальный Youtube-канал фестиваля, а общее количество просмотров размещенных на нем роликов составляет 82 381.

Аккаунт фестиваля в Twitter читает 86 пользователей. В этой же сети под официальным хэштегом размещено более 100 «твитов» о подготовке к фестивалю, отзывах и впечатлениях от его проведения.

На официальном сайте фестиваля зарегистрировано 66 пользователей. Пик посещений – 437 просмотров, был зафиксирован в день оглашения результатов конкурсного отбора номеров – 17.04.17.

Общее количество просмотров пост-релизов фестиваля на момент проведения мониторинга составило 293 – на информационном портале «Uralstudent. ru» и 124 просмотра на сайте Екатеринбургской академии современного искусства. С каждым днём эти показатели увеличиваются.

Важным критерием оценки эффективности проекта являются отзывы, полученные в результате проведения итогового экспертного интервью по проделанной работе с куратором проекта от учреждения, а так же от директора площадки проведения фестиваля – ЦК «Урал». Положительные отзывы и благодарственное письмо были получены и от партнёров фестиваля – директора магазина «Акихабара» (рис. 29, приложение 2), а так же от менеджера кафе-бара «Kuksu Panda» (рис. 31, приложение 2). Более 15 развёрнутых отзывов было получено от команд-участников фестиваля со словами благодарности и пожеланиями по улучшению фестиваля. Приглашённые фотографы и видео-операторы поделились своими впечатлениями от его проведения и высказали заинтересованность в продолжение взаимодействия в рамках дальнейшей реализации проекта (рис. 32, приложение 2). Такое количество положительных отзывов является дополнительным свидетельством об успешной реализации проекта, поскольку положительно влияет на его имидж и располагает к дальнейшему сотрудничеству с партнёрами, спонсорами и приглашёнными специалистами.

Мониторинг реализации проекта показал, что данный фестиваль интересен не только любителям

современной популярной культуры Южной Кореи и поклонникам «k-pop» направления, но и организациям, выступившим в качестве партнёров и спонсоров, горожанам и любителям современного вокального и танцевального искусства. Полученные в ходе проведения мониторинга проекта результаты свидетельствуют о значительном количестве заинтересованных лиц – участников и зрителей фестиваля в целом, Примечательно, что в фестивали приняли участие множество команд не только из Екатеринбурга, но и из других городов. Качественные и количественные показатели говорят сами за себя и это обусловлено колоссальным вниманием к подготовке и проведению фестиваля, тщательно организованной и грамотно спланированной рекламной кампании фестиваля.

Говоря о перспективах реализации проекта стоит отметить, что на 2018 год уже запланировано проведение фестиваля «K-STAR 2018». В следующем году данный проект станет еще более актуальным для Екатеринбурга в связи с участием Южной Кореи в выставке «ИННОПРОМ 2018» в качестве страны-партнёра. Вопрос о повторной реализации данного проекта на площадке этого года – ЦК «Урал» уже обсуждался с руководством данного учреждения.

Для улучшения условий проведения фестиваля в официальной группе во «ВКонтакте» была создана тема, в которую любой желающий может разместить свои предложения относительно идеи о формате, месте, программе проведения фестиваля в следующем году. Однако уже сейчас определена одна из ключевых задач данного проекта на будущий год – проведение активной рекламной компании фестиваля для привлечение участников и зрителей из других городов России, что поспособствует не только распространению информации о самом фестивале и рекламе площадки его проведения, но и позволит в определённой степени увеличить туристический поток в наш город.

Таким образом, анализ подсистем проекта и полученных результатов по итогу проведения его мониторинга показал, что фестиваль корейской популярной культуры «K-STAR» является уникальным явлением для сферы культуры города Екатеринбурга и Центра культуры «Урал» в частности. Привлекательной стороной данного проекта для зрителей и участников является специфичное наполнение фестивальной программы – она на 90% состоит из вокальных и танцевальных cover-номеров на постановки корейских исполнителей. На данный момент фестиваль «K-STAR» является единственным фестивалем в Свердловской области с таким содержанием.

Помимо указанной выше особенности реализованного проекта стоит отметить, что подавляющее большинство участников конкурсной программы – любители, выступающие на качественно высоком уровне и достигающие успеха в своем хобби. Именно для таких участников фестивали, схожие по формату с «K-STAR», предоставляют возможность для творческой реализации, позволяют провести досуг в кругу единомышленников, получить новый опыт и приобрести новые знакомства.

Проведение подобного плана культурно-массовых мероприятий оказывает благоприятное влияние на имидж города. Подобные события в определенной степени способствуют увеличению туристической привлекательности Екатеринбурга для жителей других городов. Данный вывод был сделан на основании того, что многие участники фестиваля являются иногородними, но они готовы преодолевать расстояние между городами для участия в рассматриваемом культурном событии.

Разработке проекта предшествовало проведение предпроектного анализа текущей ситуации, для которого использовались теоретические и практические методы. На основе данного анализа была определена целевая аудитория проекта, обозначены цели и задачи, сформирована концепция, разработан календарный план работ и подготовлена программа проведения фестиваля.

Концепция проекта включала в себя разработку Устава и Плана управления проектом. Помимо этого, в рамках формулировки концепции разработана целевая структура проекта, представленная в виде графической модели – «Дерево целей».

Для достижения цели и поставленных задач проекта была проведена мобилизация ресурсов, включающая в себя анализ их наличия в организации, на базе которой проект был реализован. Произведено пополнение недостающих ресурсов путём привлечения и освоения партнёрских средств.

В процессе реализации проекта были определены основные подсистемы проекта, представленные в виде плана управления временем, командой, стоимостью и рисками.

План управления временем представлен в виде календарного плана реализации проекта фестиваля «K-STAR» и диаграммой Ганта.

В рамках разработки плана управления командой были определены внешняя и внутренняя коммуникационные структуры проекта. Внутренняя коммуникационная структура, представленная командой проекта, включала в себя 11 специалистов: проектного менеджера, куратора проекта, идеолога проекта, координатора волонтёров и контент-менеджер, сценариста проекта, дизайнера, Web-мастера, журналиста, светооператора, звукооператора и видео-инженера.

Составленная смета проекта являлась иллюстрацией плана управления его стоимостью. Общий бюджет фестиваля составил 159248 рублей. Благодаря введению организационных взносов для участников конкурсной программы, продаже зрительских билетов

и привлечению партнёрских средств доход фестиваля составил 176044 рубля, что превышает расходы и свидетельствует об экономической эффективности проекта.

Большинство возможных в результате подготовки и реализации проекта рисков были спрогнозированы и минимизированы. Большую часть возможных рисков удалось избежать.

В мониторинге проекта отражены результаты, полученные на каждом этапе его реализации. На основании полученных результатов стало возможным оценить общую эффективность проекта. В фестивале приняли участие 194 конкурсанта из разных городов. В качестве зрителей мероприятие посетили 188 человек. Общее количество размещённых новостей под официальным хэштегом #k_star2017 в социальных сетях – более 400. Количество просмотров пост-релизов фестиваля на Интернет-платформах – более 430. Общее количество подписчиков на официальные аккаунты фестиваля в социальных сетях – более 2000 человек.

Мониторинг результатов показал, что благодаря проведению фестиваля в ЦК «Урал» увеличилось количество посетителей. Информация о площадке проведения фестиваля была распространена в рамках рекламной кампании не только на информационных Интернет-порталах Екатеринбурга, но и на порталах других городов. На основании этих данных можно сделать вывод, что проект фестиваля корейской популярной культуры «K-STAR» для ЦК «Урал» является не только уникальным культурно-массовым событием, проведение которого расширило ассортимент предлагаемых услуг, но он так же выступал в качестве эффективного маркетингового средства.

Таким образом, в рамках выпускной квалификационной работы удалось организовать, обосновать и провести на базе МАУК ЦК «Урал» проект фестиваля корейской популярной культуры «K-STAR» с использованием технологий социокультурного проектирования. Достигнутые в ходе реализации проекта результаты совпадают с намеченными: удалось привлечь внимание к разнообразию культурно-массовых мероприятий, организуемых ЦК «Урал», увеличить количество посетителей данного учреждения; познакомить горожан с «k-pop» направлением, поспособствовать развитию творческого мышления участников в процессе подготовки конкурсных номеров и создать оптимальные условия для обмена творческим опытом между людьми, увлекающимися современной популярной культурой Южной Кореи.

Литература:

1. *Панкрухин А. П.* Маркетинг территории. СПб: ПИТЕР, 2006. 416 с.
2. *Лаптева Г. Я.* Фестивальная практика: беглый взгляд на эволюцию // Экология культуры. Архангельск. 2012. №3 (28). С. 5–23.
3. Основы законодательства Российской Федерации о культуре: Постановление Верховного Совета РФ от 9 октября 1992 года №3612-1 [электронный ресурс]. URL: http://kremlin.ru/acts/bank/39208/page/1 (дата обращения 10.06.2017)
4. *Боронина Л. Н., Сенук З.* В Основы управления проектами: учебное пособие. Екатеринбург: Изд-во Екатеринбургской академии современного искусств, 2011. 138 с.
5. ГОСТ 54869. Управление проектами. Требования к управлению проектами. М.: Стандартинформ, 2012. 14 с.
6. «K-STAR» K-pop Cover Festival [электронный ресурс]. URL: http://www.uralstudent.ru/afisha/raznoe/2293078/ (дата обращения: 05.07.2017).
7. *Федулова К. А.* К вопросу организации проектной деятельности студентов муниципального вуза с использованием информационных технологий // Университет в глобальном мире: новый статус и миссия сборник материалов XI Международной научной конференции. Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Социологический факультет. 2017. С. 271–272.
8. *Анимица Е. Г., Власова Н. Ю.* Градоведение: учеб. пособие. Екатеринбург: УрГЭУ, 2010.

References:

1. *Pankrukhin A. P.* Territory marketing. St. Petersburg: Peter, 2006. 416 p.
2. *Lapteva G. Ya.* Festival practice: a brief look at evolution // Ecology of culture. Arkhangelsk. 2012. №3 (28). P. 5–23.
3. Fundamentals of the legislation of the Russian Federation on culture: Resolution of the Supreme Council of the Russian Federation of October 9, 1992 №3612-1 [e-resource]. URL: http://kremlin.ru/acts/bank/39208/page/1 (date of reference 10.07.2017)
4. *Boronina L. N., Senuk Z. V.* Basics of Project Management: A Training Manual. Ekaterinburg: Publishing house of the Yekaterinburg Academy of Modern Art, 2011. 138 p.
5. GOST 54869. Project management. Requirements for project management. M: Standartinform, 2012. 14 p.
6. "K-STAR" K-pop Cover Festival [e-resource]. URL: http://www.uralstudent.ru/afisha/raznoe/2293078/ (date of reference 05.07.2017).
7. *Fedulova K. A.* On the organization of project activities of students of a municipal university using information technology // University in the global world: a new status and mission collection of materials of the XI International Scientific Conference. Moscow State University named after M. V. Lomonosov, Sociological Faculty. 2017. P. 271–272.
8. *Animitsa E. G., Vlasova N. Yu.* Graduate Studies: Textbook. allowance. Ekaterinburg: USUE, 2010.

Литература:

9. *Анимица Е. Г., Бочко В. С., Пешина Э. В., Анимица П. Е.* Концептуальные подходы к разработке стратегии развития монопрофильного города /Под ред. Татаркина А. И., Федорова М. В. Екатеринбург: УрГЭУ, 2010.
10. *Бабков В. А.* Фестивальный менеджмент. М.: ART-менеджер, 2017. 426 с.
11. *Боронина Л. Н., Сенук З. В.* Конспект учебного курса по управлению проектами: учебное пособие. Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2015. 112 с.
12. Государственная программа Свердловской области «Развитие культуры в Свердловской области до 2020 года»: Постановление Правительства Свердловской области от 21 октября 2013 года № 1268-ПП // Собр. законодательства Свердловской области. 2013. № 10-5 (2013). Ст. 1978.
13. Екатеринбург – территория творчества: стратегический проект [электронный ресурс]. URL: https://www.cultmanager.ru/article/5534-strategicheskiy-proekt-ekaterinburg-territoriya-tvorchestva (дата обращения: 05.07.2017).
14. *Киселёва Т. Г., Красильников Ю. Д.* Социально-культурная деятельность: история, теоретические основы, сферы реализации, субъекты, ресурсы, технологии. М.:МГУКИ, 2011. 35 с.
15. *Коленько С. Г.* Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебник и практикум. М.: ЮРАЙТ, 2016. 370 с.
16. K-STAR 2017 [электронный ресурс]. URL: http://anime-conventions.ru/convention/k-star-2017/ (дата обращения 05.07.2017).
17. «K-STAR» K-pop Cover Festival [электронный ресурс]. URL: http://www.uralstudent.ru/afisha/raznoe/2293078/ (дата обращения 05.07.2017).
18. *Пронин А. А.* Управление научными проектами: общие подходы // Известия высших учебных заведений. Уральский регион. 2017. №3. С. 48–56.
19. Стратегический план развития муниципального образования «город Екатеринбург» до 2020 года [электронный ресурс].URL: http://in.ekburg.ru/официально/стратегический_план/стратегия_2020/ (дата обращения 10.07.2017).
20. *Трофимова О. М., Маковкина С.А.* Внедрение стандартов управления проектами в государственном и муниципальном управлении // Вопросы управления. 2016. №4 (22). С. 52–58.
21. *Тульчинский Т. Л.* Технологии менеджмента в сфере культуры. СПб.: Культура, 2000. 265 с.
22. Об утверждении Основ государственной культурной политики: Указ Президента Российской Федерации от 24 декабря 2014 года № 808. Доступ из справ.-прав. системы «КонсультантПлюс».
23. Устав Муниципального автономного учреждения культуры «Центр культуры «Урал [электронный ресурс]. URL: цкурал.екатеринбург.рф/files/ustav.PDF (дата обращения 20.06.2017).
24. *Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика XXI, 2005.
25. Hartong Jan Laurens. Musical terms worldwide: a companion for the musical explorer. Semar Publishers, 2006. P. 15.
26. Holden Todd Joseph Miles. Mediasia: global mediation in and out of context. Taylor & Francis, 2006. 144 p.

References:

9. *Animitsa E. G., Bochko V. S., Peshina E. V., Animitsa P. E.* Conceptual approaches to the development of a strategy for the development of a mono-profile city / Ed. Tatarkina A. I., Fedorova M. V. Ekaterinburg: USUE, 2010.
10. *Babkov V. A.* Festival management. M.: ART-manager, 2017. 426 p.
11. *Boronina L. N., Senuk Z. V.*. Summary of the training course on project management: a textbook. Ekaterinburg: Publishing House of the Ural University, 2015. 112 p.
12. State program of the Sverdlovsk region "Development of culture in the Sverdlovsk region until 2020": Resolution of the Government of the Sverdlovsk region of 21 October 2013 № 1268-PP // Coll. legislation of the Sverdlovsk region. 2013. № 10-5 (2013). Art. 1978.
13. Ekaterinburg – the territory of creativity: a strategic project [e-resource]. URL: https://www.cultmanager.ru/article/5534-strategicheskiy-proekt-ekaterinburg-territoriya-tvorchestva (date of reference 05.07.2017).
14. *Kiseleva T. G., Krasilnikov Yu. D.* Socio-cultural activity: history, theoretical foundations, spheres of realization, subjects, resources, technologies. M.: MGUKI, 2011. 35 p.
15. *Kolenko S. G.* Management in the field of culture and art: a textbook and a practical work. M.: YURAYT, 2016. 370 p.
16. K-STAR 2017 [e-resource]. URL: http://anime-conventions.ru/convention/k-star-2017/ (date of reference 05.07.2017).
17. "K-STAR" K-pop Cover Festival [e-resource]. URL: http://www.uralstudent.ru/afisha/raznoe/2293078/ (date of reference 05.07.2017).
18. *Pronin A. A.* Management of scientific projects: general approaches // Izvestiya Vysshikh Uchebnykh Zavedenii. The Ural region. 2017. №3. P. 48–56.
19. Strategic plan for the development of the municipality "city of Yekaterinburg" until 2020 [e-resource] .URL: http://in.ekburg.ru/official / strategic_plan /strategic_2020/ (date of reference 10.07.2017).
20. *Trofimova O. M., Makovkina S. A.* Implementation of project management standards in the state and municipal management // Management issues. 2016. №4 (22). P. 52–58.
21. *Tulchinsky T. L.* Technologies of management in the sphere of culture. SPb. : Culture, 2000. 265 p.
22. On the approval of the Fundamentals of State Cultural Policy: Decree of the President of the Russian Federation of 24 December 2014 № 808. Access from ref.-legal system "ConsultantPlus"
23. Charter of the Municipal Autonomous Cultural Institution "Culture Center" Ural [e-resource]. URL: ckural.ekaterinburg.рф/files/ustav.PDF (date of reference 20.06.2017).
24. *Florida R.* Creative class: people who change the future. M.: Classics XXI, 2005.
25. Hartong Jan Laurens. Musical terms worldwide: a companion for the musical explorer. Semar Publishers, 2006. P. 15.
26. Holden Todd Joseph Miles. Mediasia: global mediation in and out of context. Taylor & Francis, 2006. 144 p.