

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАНИИ КУЛЬТУРОЛОГОВ-МЕНЕДЖЕРОВ**

**Жидович Владислав Евгеньевич**

Белорусский государственный университет культуры и искусств

Кафедра информационных технологий в культуре БГУ культуры и искусства более 15 лет готовит специалистов «культурологов-менеджеров» со знанием современных компьютерных технологий, обеспечивая растущие потребности отрасли в квалифицированных кадрах. Эти потребности продиктованы формированием новых видов творчества и культурно-досуговой деятельности. Изучение технологий ведения электронного бизнеса существенно расширит профессиональную компетенцию культурологов-менеджеров и продвижение белорусской современной и традиционной культуры в глобальном пространстве.

Электронный бизнес имеет различные направления (электронная коммерция, электронный франчайзинг, электронный маркетинг) и ставит своей целью использование преимуществ Internet (удобство, доступность, глобальный охват) как для расширения возможностей традиционного бизнеса, так и для создания новых виртуальных видов бизнеса. Опираясь на выделенные В.А. Грабауровым[2] направления электронного бизнеса, определим возможности взаимодействия культуры и Internet:

Бизнес на Internet (интернет-провайдинг, контент-провайдинг и сервис-провайдинг) – продукты и услуги культуры здесь пока не рассматриваются;

Бизнес вокруг Internet (поставка творческих и художественных идей для web-дизайна, оформления программных средств, театрализация рекламных компаний программных средств и продуктов др.);

Бизнес в Internet (интернет-магазины и интернет-аукционы по продаже произведений искусства, изделий народного творчества; виртуальные фан-клубы с интернет-магазином; интернет-расчеты (электронная система продажи билетов на концертные и театральные мероприятия); интернет-мерчандайзинг – продажа товаров, которые удовлетворяют потребности зрителей показать знакомым, что они присутствовали на спектакле (концерте), сохранить в памяти образ артиста, музыку; информационная подписка - каталоги произведений, книги; электронная рассылка новостей культуры; электронные справочники фестивалей и культурных событий регионов; электронные банки данных людей артистических профессий и персонала; электронный маркетинг – массовый: формирование имиджа в сети учреждений культуры, и индивидуальный: персональных брендов творцов; электронное обучение – творчество, народные промыслы и хобби становятся «ходовым товаром»; др.)

Итак, наиболее перспективным направлением для взаимодействия культуры и интернет пока является последнее направление – бизнес в интернете.

**Литература**

1. Агафонова, Н.А. Digital Art: к проблеме видовой дифференциации / Н.А. Агафонова // Культура. Наука.Творчество: материалы научной конф. / ред. Е.Н. Дулова. – Минск:УО «Беларусская академия музыки», 2008. - 822 с.
2. Информационные технологии: Учеб. пособие для слушателей программы Master of Busines Administration /В.А. Грабауров, С.В. Грабауров, В.Н. Гулин, В.В. Лабоцкий: Под ред. В.А. Грабаурова. – Минск:Изд. Центр БГУ, 2003. – С.88-97.