

7. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и в качестве выполненных рефератов.

СР включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки презентации, реферата по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к семинарским занятиям;
- для студентов заочной формы обучения – выполнение контрольной работы;
- подготовка к зачету.

7.1. ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

РАЗДЕЛ 1. МЕСТО И РОЛЬ МУЗЫКАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В МУЗЫКАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЕ. ВВЕДЕНИЕ В ПРЕДМЕТНУЮ ОБЛАСТЬ МУЗЫКАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ. (VII СЕМЕСТР)

Тема №1. Понятие и сущность менеджмента в музыкально-исполнительской деятельности. Менеджмент, как совокупность науки и искусства управления. Задачи и роль менеджера в музыкальной индустрии

1. Содержание и сущность категорий «менеджмент», «руководство» и «управление».
2. Менеджмент в системе экономических дисциплин, основные функции и методология изучения.
3. Основные этапы развития музыкального менеджмента.
4. Роль менеджера в музыкальной индустрии?
5. Типы музыкальных менеджеров, их функции и личные качества.
6. Работа менеджера с артистом или группой.
7. Основная суть контракта и его длительность
8. Работа менеджера с артистом или группой
9. Основные компромиссные ситуации между менеджером и артистом.

Термины: менеджмент, руководитель, управленец, предприниматель, артист, контракт, гонорар, тур-менеджер, бизнес-менеджер, промоушен, имидж, райдер.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Охарактеризуйте категорию «менеджмент» в различных трактовках.
 - Раскройте содержание и сущность категорий «менеджмент», «руководство» и «управление».
 - Охарактеризуйте содержание категории «менеджмент».
 - Дайте ваше определение категории «менеджмент».
 - Согласны ли вы с определениями термина «менеджмент», если нет, то с какими не согласны, обоснуйте.

- Назовите функции менеджмента, раскройте содержание каждой.
- Каковы методологические основы изучения «Менеджмент»?
- Роль менеджера в музыкальной индустрии?
- Раскройте понятие «музыкальный менеджер».
- Охарактеризуйте типы музыкальных менеджеров, их функции и личные качества.
- Что входит в работу менеджера с артистом или группой?
- Основная суть контракта и какова его длительность?
- Перечислите основные компромиссные ситуации между менеджером и артистом.
- В чем нюансы отношения менеджера и артиста? Приведите примеры.

Литература:

[\[1 – с. 6-9\]](#); [\[3 – с. 3-6\]](#); [\[4 - с. 52-59\]](#); [\[6\]](#); [\[7 – с. 24-37\]](#)

Тема №2. Организационные отношения в системе музыкального менеджмента.

Миссия и цели. Показатели эффективности деятельности организации

1. Взаимосвязь между организацией и внешней средой.
2. Понятие «миссия организации», ее цели и задачи.
3. Организация в сфере культуры и искусства.
4. Понятие организации. Виды организаций и их цели.
5. Внутренняя и внешняя среда организации.
6. Основные показатели эффективности деятельности организации.
7. Классификация предприятий по принадлежности капитала.

Термины: организация, миссия организации, предприятие, маркетинг, прибыль, неформальная организация, формальная организация, коммерческая организация, некоммерческая организация, юридическое лицо.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
 2. Темы творческих работ:
 - Как с позиции системного подхода может быть определена организация?
 - Раскройте взаимосвязь между организацией и внешней средой.
 - Что обозначает понятие «миссия организации». Каковы ее цели?
 - Какие задачи решает миссия организации.
 - Перечислите цели организации.
 - Перечислите основные показатели эффективности деятельности организации.
- Приведите конкретные примеры.
- Назовите элементы внешней среды организации.
 - Назовите элементы внутренней среды организации.
 - Раскройте понятие «Организация».
 - Перечислите виды организаций.
 - По каким признакам классифицируются организации?
 - Перечислите классификацию предприятий по принадлежности капитала.
 - Внутренняя и внешняя среда организации. Раскройте понятия.

Литература:

[\[3\]](#), [\[4\]](#), [\[7\]](#); [\[8 – 226-247\]](#)

Тема №3. Организация как система управления. Организационная структура

1. Определение понятия «Система» и «Управление». Взаимосвязи и подсистемы организации как системы управления.
2. Основная задача системы управления организацией.
3. Организационные структуры управления. Сравнительный анализ структур управления.
4. Сравнительный анализ структур управления в индустрии развлечений.

Термины: система, организационная структура управления, звено управления, ступень управления, райдер.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Дайте определение понятию «Система». Перечислите взаимосвязи и подсистемы организации как системы управления.
 - Опишите основную задачу системы управления организацией. Раскройте ее концептуальность.
 - Дайте определение понятию «Управление», на конкретных примерах.
 - Перечислите признаки организации. Дайте характеристику вертикальному и горизонтальному разделению элементов управления.
 - Организационные структуры управления. Назовите виды связей в структуре управления.
 - Типы организационных структур управления. Перечислите и раскройте каждый вид структуры.
 - Составьте сравнительный анализ структур управления. На конкретных примерах индустрии развлечений.

Литература:

[\[1\]](#), [\[3\]](#), [\[7\]](#), [\[8 – с. 41-73\]](#)

Тема №4. Музыкальный бизнес. Лидер и его роль в музыкальном бизнесе. Стили руководства в шоу индустрии

1. Кто такой лидер и какова его роль в музыкальном бизнесе
2. Лидер, руководитель, менеджер. Сходство и отличие?
3. Виды лидеров.
4. Управленческие функции руководителя.
5. Стили руководства.
6. Назовите наиболее эффективный стиль руководства в шоу-бизнесе.
7. Понятие «Бизнес», «Музыкальный бизнес». Особенности организации.

Термины: лидер, система, организационная структура управления, звено управления, ступень управления.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Кто такой лидер и какова его роль в музыкальном бизнесе. Перечислите ключевых лидеров музыкального бизнеса.
 - Лидер. Руководитель. Менеджер. В чем сходство и отличие?
 - Назовите виды лидеров.
 - Какие управленческие функции выполняются руководителем? Как вы можете про

- Назовите стили руководства. Раскройте содержание каждого.
- Назовите наиболее эффективный стиль руководства в шоу-бизнесе. Обоснуйте ответ.
- Раскройте понятие «Бизнес», «Музыкальный бизнес». Особенности организации. Приведите примеры и обоснуйте ответ.

Литература:

[\[3 – с. 6-14\]](#); [\[4\]](#), [\[6\]](#), [\[7\]](#), [\[8 – с. 41-73\]](#); [\[12\]](#)

Тема №5. Рекорд лейблы и развитие музыкального продукта. Развитие артиста. Подготовка музыкальной карьеры

1. Рекорд-Лейблы. Организация процесса.
2. Основы музыкальной карьеры: развитие артиста и развитие продукта.
3. Развитие артиста - подготовка музыкальной карьеры.
4. Развитие продукта - создание и продажа музыки.

Термины: лейбл, рекорд-лейбл, мейджор-лейбл, инди-лейбл, релиз, ротация.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
 2. Темы творческих работ:
 - Рекорд-Лейблы. Организация процесса. Мейджор-лейбла. История развития: «Большая четверка».
 - Что происходит, когда артиста подписывает рекорд-лейбл?
 - Виды лейблов. Почему лейблы платят роялти?
 - Что такое роялти?
 - Должен ли менеджер продавать музыкальные носители на живых шоу?
- Приведите примеры.
- Должен ли менеджер артиста распространять свой продукт и зачем?
 - Что нужно от менеджера артиста дистрибьюторам для того, чтобы они занялись распространением продукта? Приведите примеры.
 - Что необходимо предпринять менеджеру, чтобы радиостанции ротировали продукт?
 - Чем руководствуются коммерческие радиостанции, когда выбирают музыку для своих эфиров?
 - В каких клубах и где кроме клубов менеджер может продвигать свой продукт?
- Назовите способы продвижения продукта, которые вы знаете и обоснуйте ответ примерами.
- Из каких отделов состоит рекорд-лейбл, и за что отвечают эти отделы?
 - Как происходит развитие артиста и развитие продукта?

Литература:

[\[4 – с. 127-132\]](#); [\[7 – с. 141-156\]](#)

Тема №6. Музыкальный рынок B2B и B2C. Виды традиционной и нетрадиционной рекламы. Аудиобрендинг

1. B2B и B2C основные понятия.
2. Методы привлечения клиентов в сегментах B2B и B2C: сходства и различия.
3. Система множественных касаний.
4. Традиционная и «нетрадиционная» реклама (ATL и BTL).
5. Аудиобрендинг.

Термины: реклама, продвижение, продукт, бренд, маркетинг, рынок, аудиобрендинг.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Назовите основные виды продвижения продукта. Дайте определение.

Приведите примеры.

- В чем основные сходства и различия методов привлечения клиентов в сегментах B2B и B2C? Охарактеризуйте каждый.
- Основные пути продвижения продукта B2C.
- Основные пути продвижения продукта B2B.
- Когда и каким образом применяются система множественных касаний? Дайте определение.
- Что представляют из себя традиционная и «нетрадиционная» реклама (ATL и BTL)? Назовите способы ее применения в музыкальной индустрии.
- Аудиобрендинг, как звуковой образ бренда.

Литература:

[\[7 – с. 92-105\]](#); [\[8 – с. 117-159\]](#)

Тема №7. Коммуникации в музыкальном менеджменте. Виды и классификации

1. Коммуникации в музыкальном менеджменте и эффективность управления.
2. Коммуникационный процесс.
3. Межличностные коммуникации.
4. Облачные технологии, как новый механизм коммуникации.
5. Система управления взаимоотношениями с клиентами.

Термины: коммуникация, средства коммуникации, информация, межуровневые связи, коммуникационный процесс, коммуникационная сеть, вертикальные коммуникации, горизонтальные коммуникации, диагональные коммуникации, пул, облачные технологии, кросс-продажи.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Дайте определение понятию «коммуникация»? Как классифицируются коммуникации?
 - Роль технических средств в достижении эффективности коммуникаций.
 - Дайте определение коммуникационного процесса. Содержание элементов коммуникационного процесса.
 - Какие принципы управления коммуникациями Вы знаете?
 - Назовите коммуникационные барьеры и способы их преодоления.
 - Что такое облачные технологии? Способы использования на практике ведения проекта.
 - Какая информация передается по неформальным каналам? Является ли она более достоверной, чем информация, передаваемая по формальным каналам?

Литература:

[\[3 – с. 99-157\]](#); [\[7 — с. 209-2016\]](#); [\[8 — с. 69-73\]](#), [\[11 — с. 127-133\]](#)

Тема №8. Технологии организации шоу-программ. Основные аспекты разработки и подготовки шоу-программ. Творческий и управленческий состав шоу-программ

1. История и особенности развития шоу и шоу-бизнеса.
2. Основные виды шоу-программ.
3. Принципы построения шоу-программ.
4. Основные аспекты разработки и подготовки шоу-программ.
5. Творческий и управленческий состав шоу- программ.
6. Постановка номера шоу.
7. Финансирование зрелищных мероприятий.
8. Технологические этапы создания шоу-программы.

Термины: шоу, зрелище, развлечение, шоу-бизнес, шоу-проект.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Подготовка и разработка шоу-программ. Приведите примеры.
 - Назовите принципы построения шоу-программ с использованием конкретных примеров.
 - Процесс создания шоу-программы. Основные технологические этапы.
 - Современные виды шоу-программ.
 - Особенности постановки номера.
 - Финансовые структуры зрелищных мероприятий.
 - Формирование творческого и управленческого персонала для производства шоу-программ.

Литература:

[4]; [6 – 42-179]; [8 — с. 73-76]

**РАЗДЕЛ 2. СПОСОБЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ В МУЗЫКАЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ.
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ МУЗЫКАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ.
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ МУЗЫКАЛЬНОГО РЫНКА
(VIII СЕМЕСТР)**

Тема №9. Привлечение и аккумулялирование финансовых средств из различных источников. Краудфандинг

1. Краудфандинг, как новый способ финансирования творческих проектов.
2. Краудфандинг особенности и тенденции.
3. Критерии успешного проекта.
4. Перспективы развития краудфандинга.
5. Краудфандинг платформы – как возможность привлечения денег в проект.

Термины: краудфандинг, краудсорсинг, стартап, операционная деятельность, кикстартер.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Что такое краудфандинг и его отличия от краудсорсинга?
 - Основные отличия краудфандинга от благотворительности.
 - Что подразумевается под модным термином Startup?

- Стартапом называют любой бизнес или предпринимательский проект на начальном этапе? Обоснуйте ответ.
- Чем стартап отличается от просто нового бизнеса?
- На какие основные категории делятся стартапы?
- Назовите варианты развития краудфандингового проекта.
- Технология развития краудфандинга.

Литература:

[\[6 – с. 300 – 308\]](#); [\[8 – с. 184-197\]](#)

Тема №10. Привлечение и аккумуляция финансовых средств из различных источников. Фандрейзинг

1. Фандрейзинг. Виды фандрейзинга.
2. Этапы проведения фандрейзинга.
3. Организационное и техническое обеспечение фандрейзинга.
4. Планирование фандрейзинговой кампании.
5. Информационное обеспечение фандрейзинга.
6. Виды и размеры возможных субсидий. Спонсорский пакет.
7. Специальные фандрейзинговые мероприятия.
8. Фандрейзинг по почте и по телефону.
9. Анализ эффективности фандрейзинга.

Термины: фандрейзинг, субсидии, спонсорский пакет.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Что такое фандрейзинг? Перечислите виды фандрейзинга.
 - Перечислите этапы проведения фандрейзинга.
 - Организационное и техническое обеспечение фандрейзинга.
 - Планирование фандрейзинговой кампании.
 - Спонсорский пакет. Формирование.
 - Информационное обеспечение фандрейзинга.
 - Виды и размеры возможных субсидий.
 - Специальные фандрейзинговые мероприятия.
 - Фандрейзинг по почте и по телефону.
 - Анализ эффективности фандрейзинга.

Литература:

[\[3 - с. 31-63\]](#); [\[8 – с. 184-197\]](#)

Тема №11. Планирование и прогнозирование в системе музыкального менеджмента. Сущность и виды управления в музыкальном менеджменте.

1. Планирование и прогнозирование в системе музыкального менеджмента.
2. Сущность и виды управленческих решений в музыкальном менеджменте.
3. Процесс принятия и реализации управленческих решений.
4. Методы принятия управленческих решений.

Термины: планирование, прогнозирование, целеполагание, интеграция, управленческое решение.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Особенности планирования в музыкальном менеджменте.
 - Принципы и методы планирования.
 - Элементы планирования.
 - Этапы планирования.
 - Виды планирования.
 - Типы внутрифирменного планирования.
 - Бюджетное планирование.
 - Планирование прибыли и рентабельности музыкального продукта (на выбор).
 - Организация планирования.
 - Планирование персонала музыкальной фирмы.
 - Предмет, объект, цели и задачи прогнозирования.
 - Особенность прогнозирования в музыкальном менеджменте.
 - Организация прогнозирования.
 - Принципы и методы прогнозирования.
 - Понятие "прогноз" в системе понятий науки об управлении. Прогноз и план.
 - Место прогноза в процессе управления. Понятие "развитие".
 - Процедура составления прогноза.
 - Понятие и виды управленческих решений. Признаки решения, субъекты и объекты.
 - Классификация управленческих решений.
 - Сущность управленческих решений и формы их реализации.
 - Требования к оформлению управленческих решений.
 - Качество управленческих решений. Оценка уровня качества и факторы, влияющие на него.
 - Проблемы, возникающие при принятии управленческих решений.
 - Формы разработки управленческих решений.
 - Формы реализации управленческих решений.
 - Этапы разработки управленческого решения.
 - Понятие риска и неопределенности в принятии управленческих решений, их классификация, виды рисков.
 - Риск на различных уровнях принятия решения. Особенности принятия управленческих решений в условиях риска.
 - Виды информационных технологий, тенденции их развития и роль в принятии управленческих решений.
 - Принятие решения по выбору стратегии развития системы управления.
 - Деловые игры в принятии управленческих решений. (Ваше предложение игры).

Литература:

[\[3 – с. 63-99\]](#); [\[8 – с. 92-101\]](#); [\[11\]](#)

Тема №12. Основы предпринимательской деятельности в музыкальном бизнесе

1. Понятие и сущность предпринимательства.
2. Роль предпринимателя в музыкальном бизнесе.
3. Создание предпринимательской структуры.
4. Предпринимательская идея создания бизнеса.
5. Субъект и объект предпринимательской деятельности в музыкальном бизнесе.
6. Основные принципы предпринимательства в музыкальном бизнесе.
7. Пути создания собственного бизнеса в стиле шоу, достоинства и недостатки.
8. Факторы, влияющие на неудачи.

9. Франчайзинг, как возможность бизнеса.
10. Выгоды и недостатки франчайзинга.
11. Теоретические отличия предпринимательства и бизнеса.
12. Музыкальный бизнес как предпринимательство и как часть массовой культуры.

Термины: франчайзинг, предпринимательство, бизнес.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
 2. Проанализировать и охарактеризовать данные интервью:
<https://www.youtube.com/watch?v=LJ11AY0T-k>-Елена Яцура: продюсирование
<https://www.youtube.com/watch?v=TA3gcYCJE8g>- Елена Гликман: продюсирование
 3. Темы творческих работ:
 - Дайте определение понятиям «предприниматель», «предприимчивость», «предпринимательство». В чем сущность предпринимательства в сфере музыкального бизнеса?
 - Основная роль предпринимателя в музыкальном бизнесе.
 - Создание предпринимательской структуры. (Создайте собственный вариант структуры бизнеса).
 - Предпринимательская идея создания бизнеса. (Ваши варианты идей с обоснованием каждой).
 - Субъект и объект предпринимательской деятельности в шоу-бизнесе.
 - Назовите основные принципы предпринимательства в шоу бизнесе.
 - Пути создания собственного бизнеса в стиле шоу, достоинства и недостатки.
- Факторы, влияющие на неудачи. (Напишите алгоритм создания бизнеса).
- Франчайзинг, как возможность бизнеса.
 - Выгоды и недостатки франчайзинга.
 - Теоретические отличия предпринимательства и бизнеса.
 - Музыкальный бизнес как предпринимательство и как часть массовой культуры.

Литература:

[2]; [3]; [8 — с. 6-40]

Тема №13. Шоу-рынок. Цены и особенности рынка. Мерчандайзинг концертной деятельности

1. Рынок, определение.
2. Сущность рынка и его роль.
3. Основные функции рынка.
4. Рынок шоу-бизнеса.
5. Объекты и субъекты рынка.
6. Социально-экономическая роль шоу-рынка.
7. Международный аспект шоу-бизнеса.
8. Мерчандайзинг концертной деятельности.
9. Концертный мерчандайзинг.
10. Розничный мерчандайзинг.

Термины: рынок, мерчандайзинг, шоу-бизнес, шоу-рынок.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Просмотра видеоматериал, проанализировать вопросы и ответы.
<https://www.youtube.com/watch?v=KefKQMT57K0>
3. Построить алгоритм анализа современного рынка для продвижения проекта или услуги шоу-бизнеса. (На выбор студента) Презентация ответа.
4. Проанализировать позиционирование и востребованность продукта или услуги шоу-бизнеса, на Ваше усмотрение, на современном рынке индустрии развлечений. Презентация ответа.
5. Темы творческих работ:
 - Дайте определение понятию «рынок», которое наиболее полно бы раскрывало его сущность и функции.
 - История возникновения рынка, функции рынка.
 - Условия эффективного функционирования рынка шоу-бизнеса. Объекты и субъекты рынка.
 - Классификация типов рынков.
 - Что такое свободный рынок?
 - Государственное регулирование рынка шоу-бизнеса.
 - Социально-экономическая роль шоу-рынка
 - Есть ли какие-то особенности рынка шоу-бизнеса?
 - Перечислите мировых экспортеров на мировом рынке шоу-товаров. Приведите примеры продуктов и услуг. Обоснуйте ответ.
 - Мерчандайзинг. Понятия. Принципы. Инструменты.
 - Мерчандайзинг концертной деятельности.
 - Концертный мерчандайзинг.
 - Розничный мерчандайзинг

Литература:

[3]; [\[7 — с. 235-243\]](#)

Тема №14. Риски. Управление рисками в сфере музыкального бизнеса

1. Понятие риска и его сущность.
2. Виды и классификация рисков.
3. Методы управления рисками.
4. Анализ и оценка рисков.
5. Управление рисками, риск-менеджмент на фирме в сфере музыкального бизнесе.
6. Значение, место и роль управления рисками в сфере музыкального бизнеса.
7. Прямые и косвенные издержки.
8. Способы привлечения инвестиций в шоу-проекты.
9. Страхование финансовых рисков.
10. Экономические основы риск-менеджмента в сфере музыкального бизнеса.

Термины: рынок, мерчандайзинг, шоу-бизнес, шоу-рынок.

Выполнить:

1. Изучить и проанализировать видеоматериалы:
<http://baruno.ru/p2679.htm> – статья. Культура, знаменитости, театр, кино, музыка, новости культуры.
<https://www.youtube.com/watch?v=V5Jllzs1VXQ> - страхование массовых мероприятий в шоу-бизнесе.
<https://www.youtube.com/watch?v=FBJ7EkqJ3B4> - страхование в музыкальной индустрии.
2. Темы творческих работ:

- Понятие риска и его сущность.
- Виды и классификация рисков.
- Методы управления рисками в музыкальном бизнесе.
- Анализ и оценка рисков в музыкальном бизнесе.
- Что необходимо учитывать при осуществлении работы с рисками?
- Риски финансового мошенничества.
- Управление рисками, риск-менеджмент на фирме в сфере музыкального бизнеса.
- Значение, место и роль управления рисками в сфере музыкального бизнеса.
- Прямые и косвенные издержки. Способы привлечения инвестиций в шоу-проекты.
- Страхование финансовых рисков.
- Экономические основы риск-менеджмента в сфере музыкального бизнеса.
- Проанализируйте шоу-проект (по выбору).

Литература:

[\[3\]](#); [\[10\]](#)

Тема №15. Стратегический менеджмент в музыкальном бизнесе

2. Понятие стратегии.
3. Типы и основные принципы стратегии.
4. Отличительные особенности стратегии.
5. Уровни стратегического управления.
6. Классификационные признаки стратегий.
7. Оценка и контроль выполнения стратегии.
8. Сущность, принципы, функции стратегического менеджмента.
9. Основные этапы стратегического менеджмента.
10. Стратегическая сегментация.
11. Жизненные циклы спроса, технологии и продукта в музыкальном бизнесе.

Термины: стратегия, стратегический менеджмент, спрос.

Выполнить:

1. Изучить и проанализировать видеоматериалы:
<http://baruno.ru/p2679.htm> – статья. Культура, знаменитости, театр, кино, музыка, новости культуры.
<https://www.youtube.com/watch?v=V5Jllzs1VXQ> - страхование массовых мероприятий в шоу-бизнесе.
<https://www.youtube.com/watch?v=FBJ7EkqJ3B4> - страхование в музыкальной индустрии.
2. Темы творческих работ:
 - Понятие стратегического управления, его необходимость и особенности
 - Сущность и значение стратегического планирования
 - Стратегическое управление.
 - Стратегия, ее элементы и уровни
 - Формулирование стратегии: основные этапы и инструменты
 - Многообразие стратегий: корпоративная стратегия и ее типы; бизнес-стратегия и ее типы; функциональные стратегии организации.
 - Почему важно управлять стратегическими задачами?
 - Выбор стратегии при построении музыкального проекта.
 - Когда и как стоит формулировать стратегию?
 - Жизненный цикл спроса и технологий. (Объяснить на примере)
 - Концепция продукта в стратегическом управлении.
 - Жизненный цикл продукта в музыкальном бизнесе. (Объяснить на примере)

Литература:

[3]; [4]

Тема №16. Мотивационная деятельность в музыкальном менеджменте

1. Понятие и модель мотивации.
2. Теории мотивации.
3. Процессуальные теории мотивации: теория справедливости, теория ожиданий; модель мотивации Портера - Лоулера.
4. Партиципативный стиль управления в музыкальном бизнесе.

Термины: мотивация, партиципативность, стиль управления, вознаграждение.

Выполнить:

1. Изучить и проанализировать видеоматериалы:

<https://www.youtube.com/watch?v=pR9AMU1uc8> - Основы управления и мотивации персонала.

2. Темы творческих работ:
 - Роль и место мотивации в системе управления предприятием в музыкальном бизнесе.
 - Характеристика мотивационного процесса.
 - Роль продюсера в формировании трудовой мотивации.
 - Виды мотивов.
 - Факторы, влияющие на силу мотивов.
 - Методы мотивации.
 - Процессуальные теории мотивации.
 - Содержательные теории мотивации.
 - Сущность и классификация потребностей.
 - Расширенная модель ожидания Портера – Лоулера.
 - Экономические методы мотивации. Характеристика форм оплаты труда с точки зрения мотивации.
 - Сущность вознаграждения.
 - Назовите основные теории мотивации. Сходства и различия.
 - Недостатки теории мотивации А. Маслоу.
 - Теория «Х» и «У» Макрегора.
 - Предпосылки и совершенствование систем и моделей материального стимулирования работников.
 - Организация материального стимулирования.
 - Мотиваторы профессионального и должностного роста.
 - Моральные стимулы.
 - Охарактеризуйте определение «мотиваторы».
 - Как используется партиципативный стиль управления в музыкальном бизнесе?

Литература:

[\[8 – с. 56-64\]](#); [\[10 — с. 90-140\]](#); [\[12\]](#)