


**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И МОЛОДЕЖИ  
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОУК ЛНР «ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ  
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ М. МАТУСОВСКОГО»**

Кафедра музыкального искусства эстрады

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе

 И.А.Федоричева

19.08. 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
МЕНЕДЖМЕНТ МУЗЫКАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

*Уровень основной образовательной программы – специалитет*

*Направление подготовки – 53.05.03 Музыкальная звукорежиссура*

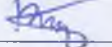
*Статус дисциплины – базовая*

*Учебный план 2018 года*

**Описание учебной дисциплины по формам обучения**

Очная								Заочная								
Курс	Семестр	Всего час. / зач. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ.(семинарские) занятия, час.	Самост. работа, час..	Форма контроля	Курс	Семестр	Всего ч с. / зач. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ.(семинарские) занятия, час.	Самост. работа, час..	Контрольная работа	Форма контроля
4	7, 8	108/3	66	34	32	42	зачет	4	7, 8	108/3	24	12	12	84	+	зачет
<b>Всего</b>		108/3	66	34	32	42	зачет	<b>Всего</b>		108/3	24	12	12	84	+	зачет

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ООП и ГОС ВО, утвержденного Министерством образования и науки Луганской Народной Республики.

Программу разработал  Н.А. Бардаченко, преподаватель кафедры музыкального искусства эстрады.

Рассмотрено на заседании кафедры музыкального искусства эстрады (ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М.Матусовского»)

Протокол № 1 от 19.08. 2019 г. Зав. кафедрой  Ю.Я. Дерский

## **1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Дисциплина «Менеджмент музыкальной деятельности» является базовой частью дисциплин ООП ГОС ВО (уровень специалитета) и предлагается к изучению студентам 4 курса (VII, VIII семестры) специальности 53.05.03 Музыкальная звукорежиссура ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М.Матусовского». Дисциплина реализуется кафедрой музыкального искусства эстрады.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с менеджментом в музыкальной индустрии, процессами руководства и управления организаций в сфере культуры и искусства, инновационных технологий шоу-бизнеса в музыкальном искусстве.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические и семинарские занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме:

- устная (устный опрос, защита письменной работы, доклад по результатам самостоятельной работы и т. п.);
- письменная (письменный опрос, выполнение и т. д.).

И итоговый контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 34 часа для очной формы обучения и 12 часов для заочной формы обучения, семинарские занятия – 32 часов для очной формы обучения и 12 часов для заочной формы обучения, самостоятельная работа – 46 часов для очной формы обучения и 84 часа для заочной формы обучения.

## 2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

*Цель* преподавания учебной дисциплины «Менеджмент музыкальной деятельности»: дать представления о развитии музыкального менеджмента и его основных составляющих; развить у будущих специалистов способности проектировать, организовывать, оценивать управленческие процессы с использованием инновационных технологий шоу-бизнеса в музыкальном искусстве. Подготовить профессиональные кадры для музыкальной индустрии, фестивального менеджмента, концертно-гастрольной и клубной деятельности; сформировать понимание сущности профессиональной деятельности продюсера и менеджера артиста в музыкальной индустрии.

*Задачами* изучения дисциплины «Менеджмент музыкальной деятельности» являются:

- освоение теории музыкального менеджмента; готовность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-творческого профиля своей профессиональной деятельности;
- способность реализовывать теоретические и практические знания для решения профессиональных задач;
- оказание помощи студентам-музыкантам в выборе направления их творческого развития, в нахождении музыкального продюсера или менеджера артиста, в заключении связей с рекординговыми компаниями, издательствами, букерами;
- особенности организации концертно-гастрольной деятельности музыкантов; ивент компании;
- разрабатывать и реализовывать творческие проекты в целях популяризации музыкального искусства и культуры с использованием средств массовых коммуникаций;
- структура и специфика заключение коммерческих сделок и рассмотрение контрактов и райдеров;
- особенности создание имиджа музыкальной группы и индивидуального артиста, формирование фанбазы данных, редактирование профиля музыкальной группы в социальных сетях;
- особенности выполнение коммерческой стороны деятельности клиента, принятие управленческих решений;
- осуществление планирования и развитие карьеры музыканта;
- приобретение навыков промоушена;
- специфика организации выпуска альбома музыкантов на рынок.

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина «Менеджмент музыкальной деятельности» относится к профильной части. Данному курсу должно сопутствовать изучение таких дисциплин, как «Экономика», «История джазовой и эстрадной музыки», которые логически, содержательно и методически связаны с дисциплиной «Менеджмент музыкальной деятельности», они предоставляют обширную теоретическую базу, формируют навыки самостоятельной аналитической работы и составляют теоретический и научно-методологический фундамент последующего изучения курса «Менеджмент музыкальной деятельности».

В программе учтены межпредметные связи с другими учебными дисциплинами.

#### 4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций в соответствии с ГОС ВО направления подготовки 53.05.03 Музыкальная звукорежиссура:

##### Общекультурные компетенции (ОК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОК-3	способностью использовать основы гуманитарных и социально-экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК-5	способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК-6	способность к самоорганизации и самообразованию

##### Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	способностью пользоваться профессиональной терминологией в рамках своей деятельности
ОПК-4	способностью проявлять креативность профессионального мышления

##### Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ПК-26	готовностью осуществлять функции специалиста, консультанта, руководителя структурных подразделений в государственных и муниципальных органах, осуществляющих государственное управление в сфере культуры, творческих союзах и обществах
ПК-27	готовностью осуществлять организационно-управленческую работу в творческих коллективах
ПК-28	способностью принимать участие в профессионально-общественной деятельности и работе творческих организаций и объединений
ПК-29	готовностью осуществлять связь со средствами массовой информации, организациями, осуществляющими образовательную деятельность и учреждениями культуры (филармониями, концертными организациями, агентствами), различными слоями населения с целью пропаганды достижений в области искусства и культуры

В результате изучения дисциплины «Менеджмент музыкальной деятельности» студенты должны **знать**:

- основные теоретические концепции музыкального менеджмента, а также в творческо-производственной деятельности музыкального менеджера;
- специфику проблематики менеджмента в области музыкального искусства;
- современные технологии реализации продукта в музыкальном менеджменте;
- закономерности развития музыкального менеджмента;
- современные требования к деятельности музыкального менеджера, условия творческих проектов, условия создания фирмы и организации, особенности маркетинговой, финансовой, управленческой деятельности в сфере музыкальной индустрии;
- логику процесса организации и реализации творческого проекта;
- нормативно-правовые основы деятельности в области музыкальной индустрии;

- морально-этические основы профессиональной деятельности музыкального менеджера.

***Уметь:***

- использовать полученные знания по созданию коммерческой фирмы в области музыкального бизнеса;
- выполнять работу по созданию творческой программы, музыкальной продукции: клипа, музыкального диска, альбома;
- проводить маркетинговые исследования рынка музыкального продукта;
- оценить социальную практику и направления экспериментального поиска в области музыкальной индустрии;
- грамотно использовать нормативно - законодательную базу в области музыкальной индустрии.

***Владеть:***

- системным представлением о структуре и тенденциях развития российского и международного музыкального рынка;
- навыками анализа;
- методами диагностики рынка музыкальной продукции;
- приемами маркетинговых исследований;
- навыками организации творческого проекта в музыкальном бизнесе;
- навыками социального исследования в области музыкальной индустрии.

## 5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	очная форма						заочная форма					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л	с.	лаб.	инд.	с. р.		л	с.	лаб.	инд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Модуль 1</b>												
<b>Раздел I. Место и роль музыкального менеджмента в музыкальной культуре. Введение в предметную область музыкального менеджмента. Актуальные проблемы (VII семестр)</b>												
Тема 1. Понятие и сущность менеджмента в музыкально-исполнительской деятельности.	4	2	1			2	7	1	1			5
Тема 2. Менеджмент, как совокупность науки и искусства управления. Задачи и роль менеджера в музыкальной индустрии.	8	2	1			4	5					5
Тема 3. Организационные отношения в системе музыкального менеджмента.	6	2	2			2	7	1	1			5
Тема 4. Организация как система управления. Организационная структура.	8	2	2			4	7	1	1			5
Тема 5. Музыкальный бизнес. Лидер и его роль в музыкальном бизнесе.	6	2	2			2	5					5
Тема 6. Рекорд лейблы и развитие музыкального продукта.	6	2	2			2	7	1	1			5
Тема 7. Музыкальный рынок B2B и B2C. Реклама ATL и BTL. Аудиобрэндинг.	6	2	2			2	5	1	1			3
Тема 8. Коммуникации в музыкальном менеджменте.	6	2	2			2	3					3
Тема 9. Технологии	6	2	2			2	6	1	1			4

организации шоу-программ.												
<b>Раздел II. Способы финансирования в музыкальной индустрии. Стратегическое планирование музыкальных проектов. Ценообразование и особенности музыкального рынка (VIII семестр)</b>												
Тема 10. Привлечение и аккумуляция финансовых средств из различных источников.	7	2	2			3	7	1	1			5
Тема 11. Планирование и прогнозирование в системе музыкального менеджмента. Сущность и виды управления в музыкальном менеджменте. Процесс принятия и реализации управленческих решений. Методы принятия УР.	8	2	2			4	10	1	1			8
Тема 12. Основы предпринимательской деятельности в музыкальном бизнесе.	8	2	2			4	7	1	1			5
Тема 13. Шоу-рынок. Цены и особенности рынка. Мерчандайзинг концертной деятельности.	8	2	2			4	7	1	1			5
Тема 14. Риски. Управление рисками в сфере музыкального бизнеса.	7	2	2			3	8					8
Тема 15. Стратегический менеджмент в музыкальном бизнесе.	7	2	2			3	7	1	1			5
Тема 16. Мотивационная деятельность в музыкальном менеджменте.	7	2	2			3	10	1	1			8
<b>Всего часов по дисциплине</b>	<b>108</b>	<b>34</b>	<b>32</b>			<b>46</b>	<b>108</b>	<b>24</b>				<b>84</b>

## **6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **МОДУЛЬ 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.** Содержание и сущность категорий «менеджмент», «руководство» и «управление». Менеджмент в системе экономических дисциплин, основные функции и методология изучения. Основные этапы развития музыкального менеджмента.

**Тема 2. Менеджмент, как совокупность науки и искусства управления. Задачи и роль менеджера в музыкальной индустрии.** Роль менеджера в музыкальной индустрии. Типы музыкальных менеджеров, их функции и личные качества. Работа менеджера с артистом или группой. Длительность контракта. Компромиссы между менеджером и артистом. Отношения менеджера и артиста.

**Тема 3. Организационные отношения в системе музыкального менеджмента.** Миссия и цели организации. Показатели эффективности деятельности организации. Организация в сфере культуры и искусства. Понятие организации. Виды организаций. Классификация организаций. Классификация предприятий по принадлежности капитала. Внутренняя и внешняя среда организации.

**Тема 4. Организация как система управления. Организационная структура.** Организация как система управления. Признаки организации. Вертикальные и горизонтальные разделения элементов управления. Организационные структуры управления. Типы организационных структур управления. Сравнительный анализ структур управления. Райдер. Технический и бытовой райдер. Примеры составления райдера.

**Тема 5. Музыкальный бизнес. Лидер и его роль в музыкальном бизнесе.** Музыкальный лидер и его роль в музыкальном бизнесе. Виды музыкальных лидеров. Стили руководства в музыкальной индустрии. Музыкальный бизнес.

**Тема 6. Рекорд лейблы и развитие музыкального продукта.** Рекорд-Лейблы - организация процесса. Основы музыкальной карьеры: развитие артиста и развитие продукта: развитие артиста - подготовка музыкальной карьеры; развитие продукта - создание и продажа музыки.

**Тема 7. Музыкальный рынок B2B и B2C. Реклама ATL и BTL. Аудиобрендинг.** B2B и B2C основные понятия. Методы привлечения клиентов в сегментах B2B и B2C: сходства и различия. Система множественных касаний. Традиционная и «нетрадиционная» реклама (ATL и BTL). Аудиобрендинг.

**Тема 8. Коммуникации в музыкальном менеджменте.** Коммуникации в музыкальном менеджменте и эффективность управления. Коммуникационный процесс. Межличностные коммуникации. Организационные коммуникации. Облачные технологии, как новый механизм коммуникации. CRM. Система управления взаимоотношениями с клиентами

**Тема 9. Технологии организации шоу-программ.** История и особенности развития шоу и шоу-бизнеса. Основные виды шоу-программ. Принципы построения шоу-программ. Основные аспекты разработки и подготовки шоу-программ. Творческий и управленческий



состав шоу- программ. Постановка номера шоу. Финансирование зрелищных мероприятий. Технологические этапы создания шоу-программы.

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

**Тема 1. Привлечение и аккумуляция финансовых средств из различных источников.** Краудфандинг, как новый способ финансирования творческих проектов. Краудфандинг особенности и тенденции. Критерии успешного проекта. Перспективы развития краудфандинга.

Краудфандинг платформы – как возможность привлечения денег в проект. Фандрейзинг. Виды фандрейзинга. Этапы проведения фандрейзинга. Организационное и техническое обеспечение фандрейзинга. Планирование фандрейзинговой кампании. Информационное обеспечение фандрейзинга. Виды и размеры возможных субсидий. Спонсорский пакет. Специальные фандрейзинговые мероприятия. Фандрейзинг по почте и по телефону. Анализ эффективности фандрейзинга.

**Тема 2. Планирование и прогнозирование в системе музыкального менеджмента. Сущность и виды управления в музыкальном менеджменте. Процесс принятия и реализации управленческих решений. Методы принятия УР.** Планирование и прогнозирование в системе музыкального менеджмента. Сущность и виды управленческих решений в музыкальном менеджменте. Процесс принятия и реализации управленческих решений. Методы принятия управленческих решений.

**Тема 3. Основы предпринимательской деятельности в музыкальном бизнесе.** Понятие и сущность предпринимательства. Роль предпринимателя в музыкальном бизнесе. Создание предпринимательской структуры. Предпринимательская идея создания бизнеса. Субъект и объект предпринимательской деятельности в музыкальном бизнесе. Основные принципы предпринимательства в музыкальном бизнесе. Пути создания собственного бизнеса в стиле шоу, достоинства и недостатки. Факторы, влияющие на неудачи. Франчайзинг, как возможность бизнеса. Выгоды и недостатки франчайзинга. Теоретические отличия предпринимательства и бизнеса. Музыкальный бизнес как предпринимательство и как часть массовой культуры.

**Тема 4. Шоу-рынок. Цены и особенности рынка. Мерчандайзинг концертной деятельности.** Рынок, определение. Сущность рынка и его роль. Основные функции рынка. Рынок шоу-бизнеса. Объекты и субъекты рынка. Социально-экономическая роль шоу-рынка. Международный аспект шоу-бизнеса. Мерчандайзинг концертной деятельности. Концертный мерчандайзинг. Розничный мерчандайзинг.

**Тема 5. Риски. Управление рисками в сфере музыкального бизнеса.** Понятие риска и его сущность. Виды и классификация рисков. Методы управления рисками. Анализ и оценка рисков. 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.

**Тема 6. Стратегический менеджмент в музыкальном бизнесе.** Понятие стратегии. Типы и основные принципы стратегии. Отличительные особенности стратегии. Уровни стратегического управления. Классификационные признаки стратегий. Оценка и

контроль выполнения стратегии. Сущность, принципы, функции стратегического менеджмента. Основные этапы стратегического менеджмента. Стратегическая сегментация. Жизненные циклы спроса, технологии и продукта в музыкальном бизнесе.

**Тема 7. Мотивационная деятельность в музыкальном менеджменте.** Понятие и модель мотивации. Теории мотивации. Процессуальные теории мотивации: теория справедливости, теория ожиданий; модель мотивации Портера - Лоулера. Партиципативный стиль управления в музыкальном бизнесе.

## 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 аккумуляция 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 бизнеса.
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=pR9AMU1luc8> - 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 партисипативный стиль управления в музыкальном бизнесе?

*Литература:*

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

## 7.2 ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Важным этапом подготовки является изучение дисциплины «Менеджмент музыкальной деятельности». Для успешного закрепления знаний по курсу, студенты **дневного (заочного) отделения** выполняют контрольную работу (реферат).

Контрольная работа (реферат) по дисциплине «Менеджмент музыкальной деятельности» оформляется в виде контрольной работы - для дневного отделения и реферата - для заочного отделения.

### **Требования по оформлению контрольной (реферата).**

Контрольная/Реферат выполняется на листах формата А4 в компьютерном варианте. Поля: верхнее, нижнее – 2 см, правое – 3 см, левое – 1,5 см, шрифт Times New Roman, размер шрифта – 14, интервал – 1,5, абзац – 1,25, выравнивание по ширине. Объем контрольной/реферата 15-20 листов. Графики, рисунки, таблицы обязательны и подписываются (графики и рисунки снизу, таблицы сверху) располагаются в приложениях в конце работы, в основном тексте на них делается ссылка.

1. Нумерация страниц обязательна. Номер страницы ставится в левом нижнем углу страницы. Титульный лист не нумеруется.

2. Готовая работа должна быть скреплена папкой.

3. Контрольная/Реферат сдается преподавателю в указанный срок.

4. Контрольная/Реферат не будет зачтен в следующих случаях:

а) при существенных нарушениях правил оформления (отсутствует содержание или список литературы, нет сносок, номеров страниц и т.д.);

б) из-за серьезных недостатков в содержании работы (несоответствие структуры работы ее теме, неполное раскрытие темы, использование устаревшего фактического материала).

Возвращенная студенту контрольная/реферат должна быть исправлена в соответствии с рекомендациями преподавателя.

Студент, не получивший зачет по контрольной/реферату, к зачету по дисциплине не допускается.

### **При написании реферата необходимо следовать следующим правилам:**

Раскрытие темы контрольной/реферата предполагает наличие нескольких источников (как минимум 4-5 публикаций, монографий, справочных изданий, учебных пособий) в качестве источника информации.

Подготовка к написанию контрольной/реферата предполагает внимательное изучение каждого из источников информации и отбор информации непосредственно касающейся избранной темы. На этом этапе работы важно выделить существенную информацию, найти смысловые абзацы и ключевые слова, определить связи между ними.

Содержание контрольной/реферата ограничивается 2-3 главами, которые подразделяются на параграфы (§§).

Сведение отобранной информации непосредственно в текст контрольной/реферата, должно быть выстроено в соответствии с определенной логикой - плана работы.

Контрольная/Реферат состоит из трех частей: введения, основной части, заключения.

Во введении логичным будет обосновать выбор темы контрольной/реферата.

Актуальность - (почему выбрана данная тема, каким образом она связана с современностью?).

Цель (должна соответствовать теме работы); задачи (способы достижения заданной цели), отображаются в названии параграфов работы; историография (обозначить использованные источники с краткой аннотацией – какой именно источник (монография, публикация и т.п.), основное содержание в целом (1 абз.), что конкретно содержит источник по данной теме (2-3 предложения).

В основной части дается характеристика и анализ темы контрольной/реферата в целом, и далее - сжатое изложение выбранной информации в соответствии с поставленными задачами.

Описание возможностей практического применения рассматриваемого теоретического вопроса на примере любой «виртуальной» организации, проекта.

В конце каждой главы должен делаться вывод (подвывод), который начинается словами: «Таким образом...», «Итак...», «Значит...», «В заключение главы отметим...», «Все сказанное позволяет сделать вывод...», «Подводя итог...» и т.д. Вывод содержит краткое заключение по §§ главы (объем 0,5 - 1 лист). В содержании не обозначается.

Заключение содержит те подвыводы по главам, которые даны в работе (1-1,5 листа). Однако прямая их переписка нежелательна; выгодно смотрится заключение, основанное на сравнении.

Список использованной литературы. В списке указываются только те источники, на которые есть ссылка в основной части работы. Ссылка в основном тексте оформляется двумя способами:

- в квадратных скобках в самом тексте после фразы. [3, с. 52], где первая цифра № книги по списку использованной литературы, вторая цифра - № страницы с которой взята цитата;

- в подстрочнике. Цитата выделяется кавычками, затем следует номер ссылки. Нумерация ссылок на каждой странице начинается заново.

Например: «... мотивация рассматривается как функция менеджмента...» [1].

Библиографическое описание книги в списке использованной литературы оформляется в соответствии с ГОСТ, (фамилия, инициалы автора, название работы, город издания, издательство, год издания, общее количество страниц).

При использовании материалов из сети интернет необходимо оформить ссылку на использованный сайт.

Приложения иллюстраций, таблиц, схем (если они есть).

Работа подается в двух вариантах печатном и электронном.

Контрольная работа (реферат) является самостоятельной работой студента и выполняется после тщательного изучения литературы по рассматриваемому вопросу.



### 7.3. ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Становление музыкального менеджмента за рубежом.
2. Музыкальный шоу-бизнес как часть музыкальной индустрии.
3. Нормативно-правовые основы менеджмента в музыкальном искусстве.
4. Музыкальный менеджмент и организация благотворительной деятельности в сфере культуры и искусства.
5. Продюсирование как форма управления персоналом
6. Проектный менеджмент
7. Инновационные технологии в сфере музыкальной индустрии
8. Создание коммерческих фирм в сфере культуры и искусства
9. Государственное управление и рыночное регулирование деятельности в сфере культуры и искусства
10. Музыкальный менеджмент и индустрия развлечений
11. Профессиональная этика музыкального менеджера
12. Менеджмент гастрольной деятельности
13. Исторические периоды формирования музыкальной индустрии.
14. Становление системы подготовки кадров в индустрии развлечений и ее проблемы.
15. Охрана интеллектуальной собственности как важнейшее направление деятельности музыкального менеджера.
16. Продвижение на рынок культурных услуг - результатов творческой деятельности.
17. Индустрия грамзаписи.
18. Формы организации музыкального искусства и историческая ретроспекция их развития.
19. Создание сценического имиджа.
20. Структура коммерческой деятельности в сфере шоу-бизнеса.
21. Маркетинг как система мероприятий по изучению музыкального рынка и активному воздействию на потребительский спрос.
22. Мотивация творческой деятельности.
23. Культура руководства: содержание, функции, критерии.
24. Место мотивации в различных системах управления (США, Япония, Россия).
25. Источники финансирования деятельности учреждений культуры.
26. Персонал и специалисты в музыкальном менеджменте: квалификационные требования, формы подготовки.
27. Психологический климат в музыкальном коллективе и определяющие его факторы.
28. Отечественный и зарубежный опыт государственного регулирования культурной деятельности.

#### **7.4. ТРЕБОВАНИЯ К СДАЧЕ ЗАЧЕТА**

Зачет является формой проверки успешного выполнения студентами практических и самостоятельных работ, усвоения учебного материала практических и семинарских занятий.

Зачет по предмету «Менеджмент музыкальной деятельности» недифференцированный. Знания, умения, навыки студентов оцениваются и выставляются по результатам работы студента на протяжении семестра: «зачтено» или «не зачтено».

К сдаче зачета по «Менеджменту музыкальной деятельности» допускаются студенты, выполнившие программу курса, самостоятельные, индивидуальные, творческие и семинарские задания, предоставившие контрольную работу (реферат). При этом учитываются уровень знаний студента, качество и полнота представленных материалов. Без предоставления и оценивания всего объема работ, предусмотренных учебной программой дисциплины «Менеджмент музыкальной деятельности», студент, дневного или заочного отделения, к зачету не допускается.

Зачет по дисциплине «Менеджмент музыкальной деятельности» может выставляться по итогам текущего контроля в течение семестра, на основании отлично представленных контрольных работ (рефератов) или письменных (устных) выступлений студентов.

Нарушение студентом дисциплины на зачете пресекается преподавателем вплоть до удаления с зачета.

Неявка на зачет без уважительной причины фиксируется преподавателем в зачетно-экзаменационной ведомости записью «не явился» и приравнивается к неудовлетворительной оценке.

Получив неудовлетворительную оценку, студент имеет право пересдать зачет два раза в соответствии с расписанием пересдачи зачетов, составленным деканатом.

## 7.5. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Простая интерпретация понятия авторских и смежных прав.
2. Почему «права» это Ваш капитал, как возникают активы «прав» и как ими правильно распоряжаться.
3. Авторское право и право на исполнение. Кто помогает администрировать эти активы.
4. Какова роль Паблшера или Музыкального Издательства.
5. Общества по коллективному управлению авторскими и по коллективному управлению смежными правами.
6. Кому принадлежит право распоряжаться фонограммой (мастер-копией звуковой записи)
7. Роль Рекорд Лейбла или Звукозаписывающей компании.
8. Дистрибуция фонограмм. Особенности цифровой дистрибуции.
9. Музыка как контент. Метаданные.
10. Структура лицензионного договора.
11. Структура музыкального рынка.
12. Розничный рынок. Музыкальные сервисы. Цифровые продажи (Itunes, Spotify, Deezer и т д).  
Взаимодействие с видео-сервисами (Youtube и т п)
13. Мобильные продажи.
14. Музыкальный рынок B2B. Что такое синхронизация или музыка в кино, рекламе, видео.
15. Аудио-брендинг.
16. Стратегия и планирование вывода музыкального продукта на рынок.
17. Маркетинг музыкального продукта.
18. Стратегия и планирование вывода музыкального продукта на рынок.
19. Кто такой менеджер артиста и зачем он нужен артисту?
20. Структура шоу-бизнеса в России и основные действующие лица.
21. Организационно-правовые формы предприятий культуры и налогообложение.
22. Экономика и бизнес-планирование в музыкальной индустрии.
23. Концертная деятельность, контракты, логистика, составление бытовых и технических райдеров.
24. Особенности работы в студии, саундпродюсирование.
25. Творческие и инновационные подходы к промоушену артиста. Роль рекорд лейбла в промоушене артиста.
26. Продвижение музыкального проекта за рубежом.
27. Продвижение музыкального проекта в интернете.
28. Жизнь музыкального проекта в СМИ.
29. Производство видеоклипов, выбор режиссера, оператора.
30. Имидж артиста, создание запоминающегося сценического образа артиста.
31. Продвижение артиста на музыкальный рынок при помощи PR- технологий.
32. Музыкальные фестивали, обзор российских и зарубежных муз. фестивалей, плюсы и минусы выступления на фестивалях.
33. Виды концертных площадок – от клубов до стадионов. Работа с клубами.
34. Юридические аспекты отношений менеджера и артиста, виды контрактов.
35. Как начинающим артистам попасть в эфир ТВ и радиостанций?
36. Как привлечь внимание к творчеству артиста?
37. Как правильно составить контракт?
38. Как и кому можно продавать музыку?
39. Как правильно организовать концертную деятельность? и многое другое.
40. Стадии продвижения музыкального проекта.
41. Проблема стратегического планирования шоу.
42. Разновидности продюсирования: саунд-продюсер и продюсер-менеджер.
43. Шоу-проект и механизмы продвижения музыкального продукта на рынок.
44. Промокомпания проекта, дистрибуция, концертная и гастрольная деятельность.

45. Роль музыкальных издательств, управляющих правами авторов музыкального материала – композиторов и поэтов-песенников.
46. Рекорд-компании и тиражирование творческого продукта, оборот денежных средств в музыкальном бизнесе.
47. Функции арт-менеджера в сценической деятельности артиста.
48. Основные этапы PR-компании.
49. Продюсерский проект от создания идеи до концертной деятельности: разработка концепции, выбор продюсера, организация кастинга, пиар и разработка имиджа артиста, выбор рекорд-компании, организация фотосессии, вокал артиста и хореография шоу, режиссура, выступления.
50. Составление бизнес-плана, расчет налогов.

## 8. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие методы образовательных технологий:

- объяснительно-побуждающий - для описательной формы раскрытия учебного материала; раскрытия сущности определенного явления, закона, процесса;
- использование метода «case study» - для формирования практической направленности; возможности адаптировать ситуацию к реальной организационной ситуации; активности участников; возможности создать рабочую доброжелательную мотивирующую обстановку, позволяющую участникам задействовать имеющийся опыт, проявить креативность; возможности получения позитивной обратной связи от ведущего и участников, возможности для студентов повысить свою уверенность в том, что они могут справиться в реальности с задачами такого плана или, наоборот, выявить свои недостатки; возможности для участников делать ошибки в ситуации, приближенной к реальности, а потом их анализировать;
- беседа - для осознания посредством диалога новых явлений, понятий;
- объяснительно-иллюстративные - для раскрытия понятий и процессов через их символическое изображение (рисунки, схемы, графики)
- индуктивный метод - для изучения явлений от единичного к общему;
- дедуктивный метод - для изучения учебного материала от общего к частному, единичному;
- проблемное изложение материала - для создания проблемной ситуации;
- видеометоды: просмотр, обучение через интернет;
- имитационный - создание игровой проблемной ситуации: введение моделирующей игровой ситуации.

Изучение дисциплины «Менеджмент музыкальной деятельности» осуществляется студентами в ходе прослушивания лекций, участия в семинарских занятиях, а также посредством самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

В рамках лекционного курса материал излагается в соответствии с рабочей программой. При этом преподаватель подробно останавливается на концептуальных темах курса, а также темах, вызывающих у студентов затруднение при изучении. В ходе проведения лекции студенты конспектируют материал, излагаемый преподавателем, записывая подробно базовые определения и понятия.

В ходе проведения семинарских занятий студенты отвечают на вопросы, вынесенные в план семинарского занятия. Помимо устной работы, проводится защита рефератов по теме семинарского занятия, сопровождающаяся его обсуждением и оценением. Кроме того, в ходе семинарского занятия может быть проведено пилотное тестирование, предполагающее выявление уровня знаний по пройденному материалу.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

## 9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
зачтено	Студент показывает знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляется с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим незначительные погрешности в ответе. Студент посещает лекционные и практические занятия, активно участвует в обсуждении вопросов, рассматриваемых на занятиях, инициативно выступает с докладами, свободно владеет основным материалом по программе дисциплины, основными понятиями и категориями курса, ориентируется в основной и дополнительной литературе по предмету, демонстрирует практические умения и навыки по решению экономических задач.
незачтено	Студент при ответе на заданные вопросы не способен показать знания основных вопросов дисциплины, он не владеет основными категориями и понятиями дисциплины, а также практическими умениями и навыками по решению экономических задач.

## 10. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

### Основная литература:

1. [Аксютин, Н. И. Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности в сфере искусства и культуры : учеб. пособ / Н. И. Аксютин. — Минск : БГУКИ, 2008. — 147 с.](#)
2. [Болотников, И.М. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособ. / И. М. Болотников; под ред. Г. Л. Тульчинского. — СПб. : СПбГУКИ, 2007. — 448 с.](#)
3. [Герасимов, С. В. Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учеб. пособ. / С. В. Герасимов, Г. Л. Тульчинский, Т. Е. Лохина. — СПб. : Лань, 2009. — 384 с.](#)
4. [Корнеева С. М. Музыкальный менеджмент: учеб. пособ. / С. М. Корнеева. — М. : ЮНИТИ, 2006. — 303 с.](#)
5. [Майстер, Д. Управление фирмой, оказывающей профессиональные услуги / Д. Майстер. - \[б. м.\] : \[б. и.\], 2012. — 209 с.](#)
6. [Михайлов, В. Карьера в музыкальной индустрии / В. Михайлов. - \[б. м.\] : \[б. и.\], 2009. — 221 с.](#)
7. [Макаренко, О. Г. Креативный менеджмент : учеб. пособ. / под. ред. О. Г. Макаренко, В. Н. Лазарев. — Ульяновск : УлГТУ, 2011. — 154 с.](#)
8. [Пассман, Д. Все о музыкальном бизнесе / Д. Пассман. - М. : Союз, 1996. — 265 с.](#)
9. [Питерс, Т. Человек-бренд. Переосмысление работы / Т. Питерс. — СПб. : Вильямс, 2006. — 233 с.](#)
10. [Питерс, Т. Эти важные мелочи: 163 способа добиться совершенства / Т. Питерс. — М. : Альпина Паблишерз, 2011. — 607 с.](#)
11. [Питерс, Т. Основы. Лидерство / Т. Питерс. - СПб : Стокгольмская школа экономики, 2012. — 161 с.](#)
12. [Тульчинский, Г. Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина. — СПб. : Планета музыки, 2010. — 384 с.](#)
13. [Шмитт, Б. Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений / Б. Шмитт, Д. Роджерс, К. Вроцос. — М. : Вильямс, 2005. — 400 с.](#)

### Дополнительная литература:

14. [Базанов, В. Технология сцены / В. Базанов. — М. : Импульс-свет, 2005. — 408с.](#)
15. [Белунцов, В. Музыкальные возможности компьютера / В. Белунцов. — СПб. : Питер, 2000. — 432с.](#)
16. [Белунцов, В. Компьютер для музыканта / В. Белунцов. — СПб. : Питер, 2001. — 459с.](#)
17. [Бланк, С. Четыре шага к озарению: Стратегии создания успешных стартапов / Стив Бланк; Пер.с англ. - М.: Альпина Паблишер, 2014 – 368с](#)
18. [Войчак, А. В. Маркетинговый менеджмент / А. В. Войчак . — К. : КНЕУ, 2012. — 268 с](#)
19. [Нельсон, М. Запись и обработка звука на компьютере / М. Нельсон. — М. : Эксмо, 2007. — 384с.](#)
20. [Никамин, В. Цифровая звукозапись: Технологии и стандарты / В. Никамин. — СПб. : Наука и Техника, 2002. — 245с.](#)
21. [Нисбетт, А. Применение микрофонов / А. Нисбетт. — М. : Искусство, 1981. — 173с.](#)
22. [Олійник, В. Методика застосування комп'ютерних технологій в музиці / В. Олійник. — Кам'янець-Подільський: Видавець ПП Д.Г. Зволейко, 2009. — 168с.](#)
23. [Поплавський, М. М. Менеджер шоу-бізнесу : підручник для студ. вищих навч. закладів / М. М. Поплавський. — К., 1999.](#)

24. [Севашко, А. Звукорежиссура и запись фонограмм : Профессиональное руководство / А. Севашко. — М. : Альтекс, 2007. — 432 с.](#)

### Интернет-ресурсы:

25. Свободная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [ru.wikipedia.org](http://ru.wikipedia.org)

26. Мир словарей [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [mirslovari.com](http://mirslovari.com)

27. Энциклопедии и словари [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [academic.ru](http://academic.ru)

28. Фундаментальная электронная библиотека [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [feb-web.ru](http://feb-web.ru)

29. Крупнейший энциклопедический ресурс интернета [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [rubricon.com](http://rubricon.com)

30. Книги, статьи по шоу-бизнесу и продюсированию, музыкальный маркетинг, PR, музыкальный менеджмент [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [lexamusic.com](http://lexamusic.com)

31. Статьи и книги по шоу-бизнесу, маркетинг в сфере культуры, менеджмент в сфере шоу-бизнеса, реклама. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://cultureworld.ru/> -

32. Шоу бизнес и имиджмейкинг [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [studopedia.org/6-17038.html](http://studopedia.org/6-17038.html)

33. Шоу и продюсирование. Практические видео материалы. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.youtube.com/playlist?list=PL6BC53F721D7F32ED>

34. Иосиф Пригожин «Политика - вершина шоу-бизнеса» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [guru.global-project.ru/prigozhin/](http://guru.global-project.ru/prigozhin/)

35. Статьи мастер-классы [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://muzkontakt.ru/articles/cat/masterclass/>

36. Исполнителю о саунд продюсерах. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.music-from.com/producer/producers.htm>

37. Музыкальные порталы [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [miche.titla.info/?site=lexamusic25qox3ynzeit&k=2](http://miche.titla.info/?site=lexamusic25qox3ynzeit&k=2)

38. Жданова Е.И., Иванов С.В., Кротова Н.В. Управление и экономика в шоу-бизнесе [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [twirpx.com/file/288365/](http://twirpx.com/file/288365/)

39. Артемьева Т.В., Тульчинский Г.Л. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [hse.ru/data/2011/02/22/1208880612/Book\\_Fundraising\\_Predvarit%20Tulchinsky\\_AVTORU.pdf](http://hse.ru/data/2011/02/22/1208880612/Book_Fundraising_Predvarit%20Tulchinsky_AVTORU.pdf)

40. Роднянский Александр. Выходит продюсер. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [litmir.me/bd/?b=206386](http://litmir.me/bd/?b=206386)

41. Интервью с Игорем М. Намаконовым на Стартапы.ру «Как создать свой стартап за 3 месяца» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://wacademy.ru/news/intervyu-igorem-m-namakonovym-dlya-startapyru/>

42. Корнеева Светлана. «Как зажигают звезды» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.korneeva.net/index.php?req=link10>

43. Создание проекта. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.korneeva.net/index.php?req=link12>

44. Как стать успешным промоутером. Концертный бизнес в России - Ирина Щербакова, Илья Бортнюк [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://bizkon.net/6132-kak-stat-uspeshnym-promouterom-koncertnyj-biznes-v.html>

45. «Зажигающий Звезды. Записки и советы пионера шоу-бизнеса» Юрий Айзеншпис [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.book4read.ru/publitsistika/6181.php>



46. Изнанка шоу-бизнеса. Л. Алексеева. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://skachayknigu.ru/iznanka-shou-biznesa-lyusya-alekseeva.html>
47. Юрий Айзеншпис. От тюрьмы до шоу один шаг». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.peoples.ru/undertake/show\\_bisness/aizenshpis/interview.html](http://www.peoples.ru/undertake/show_bisness/aizenshpis/interview.html) «
48. Г.П. Иванова Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера: Учебник: под ред. Г.П. Иванова, П.К. Огурчикова, В.И. Сидоренко [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [knigafund.ru/books/149199](http://knigafund.ru/books/149199) -
49. Продюсирование как свой бизнес. А. Крол [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.openbusiness.ru/html/produser.htm>
50. Мастерство продюсера кино и телевидения. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [knighulka.ru/28480-masterstvo-prodyusera-kino-i-televideniya.html/](http://knighulka.ru/28480-masterstvo-prodyusera-kino-i-televideniya.html/)
51. Менеджмент специальных событий в сфере культуры: Учебное пособие Герасимов С.В., Тульчинский Г.Л., Лохина Т.Е. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [window.edu.ru/resource/428/66428](http://window.edu.ru/resource/428/66428)
52. Лемер Синди. Искусство организации мероприятий. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [labirint.ru/books/106733/](http://labirint.ru/books/106733/)
53. Поисковик имиджмейкерство, брендинг, маркетинг, креатив, BTL [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.advertology.ru/>
54. Экономический сайт [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [sowrbazar.narod.ru](http://sowrbazar.narod.ru)
55. Сайт менеджмент [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [management.com.ua](http://management.com.ua)
56. Электронные книги по менеджменту и маркетингу [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [aup.ru/library/vn/002/](http://aup.ru/library/vn/002/)

## **11.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. При подготовке к занятиям по данной дисциплине используется аудиторный фонд (столы, стулья, доска).

При подготовке и проведении занятий используются дополнительные материалы. Предоставляется литература читального зала библиотеки ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им.М.Матусовского». Студенты имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии.

Из информационных технологий применяется компьютер со стандартным программным обеспечением операционной системы Windows.