# **Форма № Н- 3.03**

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ**

**ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

### ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ М. МАТУСОВСКОГО

**Кафедра «Теория и история музыки»**

#### **Менеджмент музыкальной деятельности**

## ПРОГРАММА

**нормативной учебной дисциплины**

**подготовки** cпециалист

**направления** 7.02020401 Музыкальное искусство

**специализации** «Фортепиано», «Оркестровые духовые и ударные инструменты», «Народные инструменты», «Оркестровые струнные инструменты», «Хоровое дирижирование», «Народный вокал», «Академический вокал»

дневная форма обучения

### ВСТУПЛЕНИЕ

Программа изучения нормативной учебной дисциплины «Менеджмент музыкальной деятельности» составлена в соответствии с образовательно-профессиональной программой по направлению 7.02020401 «Музыкальное искусство» (программа подготовки специалиста). Данная дисциплина должна стать серьезным руководством к действию для будущих специалистов с высоким уровнем ответственности за принимаемые решения.

**Междисциплинарные связи**: Изучение дисциплины «Менеджмент музыкальной деятельности» базируется на знаниях, полученных студентами при изучении дисциплин: «Музыкальная психология», «Психология творчества», «Интеллектуальная собственность», «Основы менеджмента», «Музыкальная психология», что способствует развития критического мышления, личностных и управленческих способностей, тем самым расширения кругозор будущих специалистов.

Программа учебной дисциплины состоит из двух содержательных модулей:

1.Место и роль музыкального менеджмента в музыкальной культуре. Введение в предметную область музыкального менеджмента. Актуальные проблемы.

2.Способы финансирования в музыкальной индустрии. Стратегическое планирование музыкальных проектов. Ценообразование и особенности музыкального рынка.

1. **Цель и задачи учебной дисциплины**

1.1. **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.

1.2. Основными **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;
* сструктура 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.

1.3. Согласно с требованиям образовательно-профессиональной программы 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.

На изучение учебной дисциплины отводится 108 часов 3 кредита ECTS.

**2. Информационный объем дисциплины и виды учебной работы**

**2.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине. Тематический план дисциплины**

**Модуль 1. Место и роль музыкального менеджмента в музыкальной культуре. Введение в предметную область музыкального менеджмента. Актуальные проблемы.**

**Тема 1. Понятие и сущность менеджмента в музыкально-исполнительской деятельности.**

**Лекционное занятие (2 часа), семинарское занятие (2 часа)**:

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.**

**Лекционное занятие (2 часа), семинарское занятие (2 часа)**:

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.**

**Лекция-дискуссия (2 часа), семинарское занятие (2 часа):**

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.**

**Лекционное занятие (2 часа), семинарское занятие (2 часа):**

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.**

**Лекция-дискуссия (2 часа), семинарское занятие (2 часа):**

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.**

**Лекционное занятие (2 часа), семинарское занятие (2 часа):**

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. Аудиобрэндинг.**

**Лекция-дискуссия (2 часа), семинарское занятие (2 часа):**

В2В и В2С 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.**

**Лекционное занятие (2 часа), семинарское занятие (2 часа):**

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.**

**Лекционное занятие (2 часа), семинарское занятие (2 часа):**

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.**

**Тема 1. Привлечение и аккумулирование финансовых средств из различных источников.**

**Лекционное занятие (2 часа)** **семинарское занятие (2 часа):**

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.**

**Лекционное занятие (4 часа), семинарское занятие (4 часа):**

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.**

**Лекционное занятие (2 часа), семинарское занятие (2 часа):**

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.**

**Лекционное занятие (2 часа), семинарское занятие (2 часа):**

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.**

**Лекционное занятие (2 часа), семинарское занятие (2 часа):**

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 бизнесе. 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.**

**Лекционное занятие (2 часа), семинарское занятие (2 часа):**

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.**

**Лекционное занятие (2 часа), семинарское занятие (2 часа):**

Понятие и модель мотивации. Теории мотивации. Процессуальные теории мотивации: теория справедливости, теория ожиданий; модель мотивации Портера - Лоулера. Партисипативный стиль управления в музыкальном бизнесе.

**2.2. Содержание самостоятельной работы дисциплины (38 часов)**

1. Авторитет и престиж продюсера как основа руководства. Продюсер и творчество
2. Паблик рилейшнз (PR) и его средства
3. Стратегия рекламной кампании
4. Особенности выбора названия проекта
5. «Черный» PR в карьере артиста
6. Жизненный цикл музыкального проекта
7. Фандрайзинг в музыкальном бизнесе
8. Авторские и смежные права как объект регулирования правоотношений
9. Договорная система в музыкальной шоу-индустрии
10. Легенда: критерии и технология создания
11. Бюджет видеоклипа. Исторические условия появления видеоклипов. Художественно-эстетические особенности музыкальных видеоклипов. Монтаж музыкального клипа. Классификации музыкальных видеоклипов.
12. Продюсер-руководитель проекта и компании
13. Типы продюсерских компаний и их оргструктура
14. Функции предпринимательства в шоу-индустрии
15. Роль рекламы и PR в музыкальном продюсировании
16. Хит-потенциал песни, хит-мейкинг
17. Средства и методы эффективного управления шоу-проектами
18. Бизнес-планирование музыкального проекта
19. Современное производство шоу- проектов и зрелищных форм.

**3. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения**

* лекции-визуализации
* просмотр видеоматериалов
* семинары
* использование метода «case study»
* использование интернет-ресурса для поиска необходимой информации;
* участие в научно-практических конференциях;
* дискуссии;
* слайды.

**4. Вид итогового контроля успеваемости:** дифференцированный зачет II семестр

**5.Средства диагностики успешности обучения**: конспект лекций, коллоквиум, контрольная письменная работа, защита презентации, творческое задание, опрос на семинарских занятиях.

**6. Рекомендуемая литература**

**основная:**

1. Вадим Михайлов. Карьера в музыкальной индустрии / Издательство: нет (изначально электронная книга) Год: 2009.–221 с.
2. Герасимов С.В., Тульчинский Г.Л, Лохина Т.Е. Менеджмент специальных событий в сфере культуры: Учебное пособие / Герасимов С.В., Тульчинский Г.Л, Лохина Т.Е. : СПб.: Издательство «Лань»; Издательство «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2009.– 384 с.
3. Дональд Пассман. Все о музыкальном бизнесе : Учеб. пособ. / Дональд Пассман.– Издательство: Альпина Паблишер, 2009г.-420 с.
4. Корнеева С. М. Музыкальный менеджмент : Учеб. пособ. / С. М. Корнеева . ─ М. : ЮНИТИ, 2006 . ─ 303 с.

**дополнительная:**

1. Андреев С.Н. Маркетинг в некоммерческой сфере: теоретический аспект./
2. Базанов В. Технология сцены / В. Базанов. – М. : Импульс-свет, 2005. – 408с.
3. Белунцов В. Музыкальные возможности компьютера / В Белунцов. – СПб.: Питер, 2000. – 432с.
4. Белунцов В. Компьютер для музыканта / В. Белунцов. – СПб.: Питер, 2001. – 459с.
5. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент / А.В. Войчак . ─ К. : КНЕУ, 2012. ─ 268 с
6. Нельсон М. Запись и обработка звука на компьютере / М. Нельсон. – М.: Эксмо, 2007. –384с.
7. Никамин В. Цифровая звукозапись: технологии и стандарты / В.Никамин. – СПб.: Наука и Техника, 2002. — 245с.
8. Нисбетт А. Применение микрофонов / А. Нисбетт. — М.: Искусство, 1981. — 173с.
9. Олійник В. Методика застосування комп’ютерних технологій в музиці / В. Олійник. – Кам’янець-Подільський: Видавець ПП Д.Г. Зволейко, 2009. — 168с.
10. Поплавський М.М. Менеджер шоу-бізнесу: Підручник для студентів вищих навчальних закладів. – К., 1999.
11. Севашко А. Звукорежиссура и запись фонограмм / А. Севашко. – М.: Додэка ХХI, Алетекс, 2007. – 431с.
12. <http://www.lexamusic.com/artist-management/>

**Интернет- ресурсы. Источники и ссылки:**

1. ru.wikipedia.org - свободная энциклопедия Википедия
2. mirslovarei.com - мир словарей
3. academic.ru - энциклопедии и словари
4. feb-web.ru - фундаментальная электронная библиотека
5. rubricon.com - крупнейший энциклопедический ресурс интернета
6. lexamusic.com – книги, статьи по шоу-бизнесу и продюсированию, музыкальный маркетинг, PR, музыкальный менеджмент
7. <http://cultureworld.ru/> - статьи и книги по шоу-бизнесу, маркетинг в сфере культуры, менеджмент в сфере шоу-бизнеса, реклама.
8. [studopedia.org/6-17038.html](http://studopedia.org/6-17038.html) - шоу бизнес и имиджмейкинг
9. https://www.youtube.com/playlist?list=PL6BC53F721D7F32ED – шоу и продюсирование. Практические видео материалы.
10. [guru.global-project.ru/prigozhin/](http://guru.global-project.ru/prigozhin/) - Иосиф Пригожин «Политика- вершина шоу-бизнеса»
11. <http://muzkontakt.ru/articles/cat/masterclass/> - статьи мастер-классы
12. klex.ru/7ab - Шмит Бернд. «Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений.»
13. <http://www.music-from.com/producer/producers.htm> - исполнителю о саунд продюсерах.
14. [rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=3429061](http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=3429061) - Корнеева С.М. «Музыкальный менеджмент»
15. [mu-che.titla.info/?site=lexamusic25qox3ynzeit&k=2](http://mu-che.titla.info/?site=lexamusic25qox3ynzeit&k=2) – музыкальные порталы
16. [twirpx.com/file/288365/](http://www.twirpx.com/file/288365/) - Жданова Е.И., Иванов С.В., Кротова Н.В. Управление и экономика в шоу-бизнесе
17. [hse.ru/data/2011/02/22/1208880612/Book\_Fundraising\_Predvarit%20Tulchinsky\_AVTORU.pdf](http://www.hse.ru/data/2011/02/22/1208880612/Book_Fundraising_Predvarit%20Tulchinsky_AVTORU.pdf) - Артемьева Т.В., Тульчинский Г.Л. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования
18. [litmir.me/bd/?b=206386](http://www.litmir.me/bd/?b=206386) - Выходит продюсер. Роднянский Александр
19. Четыре шага к озарению: Стратегии создания успешных стартапов **/** Стив Бланк; Пер.с англ.- М.: Альпина Паблишер,2014 – 368с
20. <http://wacademy.ru/news/intervyu-igorem-m-namakonovyim-dlya-startapyiru-/> - Интервью с Игорем М. Намаконовым на Стартапы.ру "Как создать свой стартап за 3 месяца"
21. <http://www.korneeva.net/index.php?req=link10> – Корнеева Светлана. «Как зажигают звезды.» <http://www.korneeva.net/index.php?req=link12> – создание проекта.
22. <http://bizkon.net/6132-kak-stat-uspeshnym-promouterom-koncertnyj-biznes-v.html> - Как стать успешным промоутером. Концертный бизнес в России - Ирина Щербакова, Илья Бортнюк
23. http://www.book4read.ru/publitsistika/6181.php - «Зажигающий Звезды. Записки и советы пионера шоу-бизнеса» Юрий Айзеншпис
24. <http://skachayknigu.ru/iznanka-shou-biznesa-lyusya-alekseeva.html> - Изнанка шоу-бизнеса. Л. Алексеева.
25. http://www.peoples.ru/undertake/show\_bisness/aizenshpis/interview.html - «От тюрьмы до шоу один шаг». Юрий Айзеншпис
26. [lib.sibnet.ru/book/17297](http://lib.sibnet.ru/book/17297) - Все о музыкальном бизнесе. Дональд Пассман
27. [knigafund.ru/books/149199](http://www.knigafund.ru/books/149199) - Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера: Учебник: под ред. Г.П. Иванова, П.К. Огурчикова, В.И. Сидоренко
28. <http://www.openbusiness.ru/html/produser.htm> - Продюсирование как свой бизнес. А.Крол
29. [knighulka.ru/28480-masterstvo-prodyusera-kino-i-televideniya.html/](http://knighulka.ru/28480-masterstvo-prodyusera-kino-i-televideniya.html/) - Мастерство продюсера кино и телевидения.
30. [window.edu.ru/resource/428/66428](http://window.edu.ru/resource/428/66428) - Менеджмент специальных событий в сфере культуры: Учебное пособие Герасимов С.В., Тульчинский Г.Л, Лохина Т.Е.
31. [labirint.ru/books/106733/](http://www.labirint.ru/books/106733/) - Лемер Синди. Искусство организации мероприятий.
32. <http://www.advertology.ru/> - поисковик имиджмейкерство, брендинг, маркетинг, креатив, BTL
33. sowrbazar.narod.ru - экономический сайт
34. management.com.ua – сайт менеджмент
35. [aup.ru/library/vn/002/](http://www.aup.ru/library/vn/002/) - электронные книги по менеджменту и маркетингу