

КОНТРОЛЬНЫЙ
ЭКЗЕМПЛЯР

Учреждение образования
«Белорусский государственный педагогический университет
имени Максима Танка»



Директор по учебной работе БГПУ
В.В. Шлыков

Регистрационный № УД - 30-01-19-2016уч.

МУЗЫКАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Учебная программа учреждения высшего образования по
факультативной дисциплине для специальности
1-03 01 07 Музыкальное искусство, ритмика и хореография

2016 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 1-03 01 07-2013 по специальности 1-03 01 07 Музыкальное искусство, ритмика и хореография, № 87 от 30.08.2013

СОСТАВИТЕЛЬ:

Е.С. Бондаренко, доцент кафедры теории и методики преподавания искусства учреждения образования «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка», кандидат искусствоведения, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой теории и методики преподавания искусства
(протокол № 13 от 19.05.2016 г.);
Заведующий кафедрой



Н.В.Бычкова

Советом факультета эстетического образования
(протокол № 9 от 25.05.2016 г.)
Декан факультета



И.И.Рыжикова

Оформление учебной программы и сопровождающих её материалов действующим требованиям Министерства образования Республики Беларусь соответствует

Методист учебно-методического
управления БГПУ



Е.А. Кравченко

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа учреждения высшего образования по факультативной дисциплине «Музыкальный менеджмент» разработана в соответствии с требованиями образовательного стандарта по специальности: 1-03 01 07 Музыкальное искусство, ритмика и хореография.

Изучение факультативной дисциплины «Музыкальный менеджмент» является важной частью профессиональной подготовки студентов к практической работе на музыкальном рынке в качестве руководителя музыкального коллектива, студии, кружка музыкальной направленности, организатора музыкально-эстетического воспитания детей и взрослых. Руководитель музыкального коллектива (студии, кружка и т.д.) часто выступает в качестве продюсера, который заинтересован в успешной реализации проекта, в «раскрутке» своего коллектива или конкретного артиста.

В данной факультативной дисциплине рассматриваются роли продюсера, стили его управления, особенности формального и неформального управления, составляющие авторитета и престижа. Студенты знакомятся с креативной деятельностью продюсера, технологией клипмейкерства, этапом постпромоушн, ролью пиара и рекламы в продвижении артиста. Особое внимание уделяется экономическим вопросам – фандрайзингу и жизненному циклу музыкального проекта, а также правовым аспектам реализации музыкального проекта.

Не менее важным в структуре профессиональной деятельности учителя музыки является владение вопросами музыкального менеджмента в области музыкального образования. Успешное освоение вопросов данной факультативной дисциплины предполагает изучение студентами педагогики, психологии, цикла музыковедческих дисциплин, а также педагогики и методики музыкального образования.

Цель факультативной дисциплины – формирование у студентов научно обоснованных представлений о закономерностях менеджмента музыкальной деятельности.

Задачи факультативной дисциплины:

- усвоение знаний о музыкальном менеджменте;
- формирование первоначальных умений и навыков в области технологии управления музыкальными шоу-проектами;
- формирование устойчивого интереса к продюсерской деятельности в области музыкального искусства и образования.

Взаимосвязь факультативной дисциплины с другими учебными дисциплинами специальности

Название учебной дисциплины, изучение которой связано с факультативной дисциплиной «Музыкальный менеджмент»	Перечень актуализируемых на занятиях по факультативной дисциплине «Музыкальный менеджмент» комплексов знаний, формируемых на других учебных дисциплинах
Основы музыкальной грамоты	Практическое использование в анализе музыкальных текстов знаний о различных средствах музыкальной выразительности и приемах музыкального развития
Методика музыкального воспитания	Практическое использование знаний о способах музыкально-педагогического взаимодействия с артистами
Музыкально-педагогическое проектирование	Практическое использование знаний о создании музыкальных проектов в деятельности продюсера
История музыки	Практическое использование знаний о разнообразии музыкальных стилей и жанров, об особенностях музыкального словаря эпохи
Вокал	Практическое использование знаний о работе с голосом певца для правильной организации репетиционного процесса и процесса выступления

Требования к освоению факультативной дисциплины

Требования к уровню освоения содержания факультативной дисциплины «Музыкальный менеджмент» определены образовательным стандартом по специальности 1-03 01 07 Музыкальное искусство, ритмика и хореография.

Изучение факультативной дисциплины «Музыкальный менеджмент» должно обеспечить формирование у студентов академических, социально-личностных и профессиональных компетенций.

Требования к академическим компетенциям

Студент должен:

- АК-3. Владеть исследовательскими навыками.
- АК-4. Уметь работать самостоятельно.
- АК-5. Быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью).
- АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером.
- АК-8. Обладать навыками устной и письменной коммуникации.

Требования к академическим компетенциям

Студент должен:

- СЛК-1. Обладать качествами гражданственности.
- СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.
- СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

Требования к профессиональным компетенциям

Студент должен быть способен:

- ПК-2. Использовать оптимальные методы, формы и средства обучения.

В результате изучения факультативной дисциплины «Музыкальный менеджмент» студент должен:

знать:

- основные понятия и категории музыкального менеджмента;
- систему управленческой деятельности в области музыкального искусства и образования;
- требования, предъявляемые к личности музыкального продюсера;
- социально-психологические основы управления коллективом в сфере музыкальной шоу-индустрии;
- технологию создания и управления музыкальными шоу-проектами;
- вопросы менеджмента учреждения музыкального образования;

уметь:

- осуществлять менеджерскую деятельность в области музыкального искусства и музыкального образования;
- осуществлять продюсирование музыкального шоу-проекта;
- профессионально управлять коллективом в сфере музыкальной шоу-индустрии;
- обеспечить маркетинг, финансирование и правовое обеспечение музыкального проекта;

владеть:

- терминологией в области музыкального менеджмента;
- навыками самостоятельного использования полученных знаний в практической деятельности учителя музыки и руководителя музыкального коллектива (студии, кружка);
- навыками профессионального самосовершенствования и творческой деятельности в области музыкального менеджмента, продюсирования, обучения и воспитания.

Согласно учебным планам специальности 1-03 01 07 Музыкальное искусство, ритмика и хореография факультативная дисциплина «Музыкальный менеджмент» изучается студентами дневной и заочной формы получения образования в 3 семестре. Занятия по факультативной дисциплине «Музыкальный менеджмент» имеют практическую

направленность, в соотношении лекционных и практических занятий преобладают практические.

Всего на изучение факультативной дисциплины отводится на дневной форме получения образования 32, на заочной форме получения образования 8 академических часов, которые являются аудиторными. Часы на самостоятельную работу студентов учебными планами не предусмотрены.

Аудиторные часы для дневной формы получения образования распределяются следующим образом:

2 курс 3 семестр – 32 часа (20 лекционных + 12 практических).

Аудиторные часы для заочной формы получения образования распределяются следующим образом:

2 курс 3 семестр – 8 часов (4 практических+4 лекционных).

РЕПОЗИТОРИЙ БГПУ

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел I. Менеджмент музыкального искусства

Тема 1.1 Факультативная дисциплина «Музыкальный менеджмент»

Цель, задачи и содержание дисциплины. Понятие «музыкальный менеджмент». Менеджмент музыкальной деятельности. Менеджмент музыкального искусства. Менеджмент учреждений музыкального образования. Менеджмент некоммерческих организаций в области музыкального искусства.

Тема 1.2 Менеджмент музыкального искусства как вид деятельности и система управления

Специфика музыкального искусства как сферы управленческой деятельности. Субъекты управленческой деятельности в области музыкального искусства: государственные органы управления, общественные объединения, творческие коллективы, физические лица.

Тема 1.3 Личность продюсера музыкального проекта

Продюсер и продюсерская компания. Функциональные обязанности продюсера. Стили управления. Формальное и неформальное управление. Взаимоотношения продюсера с артистами. Мотивирование участников проекта. Авторитет и престиж продюсера как основа руководства.

Тема 1.4 Социально-психологические основы управления коллективом в сфере музыкальной шоу-индустрии

Руководство и лидерство. Организационная культура. Стилль руководства. Психология общения; деловое общение; деловая беседа; деловые совещания; публичное выступление. Методы социально-психологического воздействия.

Тема 1.5 Менеджмент исполнительских искусств и музыкальных продуктов

Понятие «музыкальный проект» в музыкальной шоу-индустрии и в музыкальном образовании. Этапы жизни музыкального проекта. Создание. Представление. Жизненный цикл. Менеджмент музыкальных продуктов в средствах массовых коммуникаций. Менеджмент в звукозаписывающей индустрии. Особенности работы в коммерческой и некоммерческой сферах создания и распространения музыкальных продуктов.

Тема 1.6 Технология управления музыкальными шоу-проектами

Типы менеджмента музыкальных продуктов и услуг. Методы эффективного управления. Технология управления сольным музыкальным

шоу-проектом. Технология управления групповым музыкальным шоу-проектом. Менеджмент фестиваля (конкурса). Концертный менеджмент.

Тема 1.7 Реклама и PR в жизненном цикле проекта

Роль коммуникации в маркетинге музыкального искусства. Разработка стратегии коммуникации. Сущность прямого маркетинга в сфере исполнительских искусств. Маркетинговые связи с общественностью; PR как новая организационная функция.

Тема 1.8 Маркетинг музыкального искусства

Сущность маркетинга как процесса. Проблемы и сложности маркетинга искусств. Эволюция маркетинговой философии в сфере музыкального искусства. Планирование в стратегическом маркетинге. Изучение рынка исполнительских искусств; влияние факторов на потребительское поведение; стратегические действия в планировании маркетинга. Маркетинговые исследования; цель, задачи, методы и этапы маркетингового исследования. Роль конкуренции; сотрудничество искусства и бизнеса. Специфика определения и позиционирования музыкального искусства как продукта. Стратегия ценообразования.

Тема 1.9 Финансирование музыкального шоу-проекта

Управление финансовыми ресурсами; функции бюджета; спонсорские рынки; фонды; правительственная поддержка. Фандрейзинг: задачи и оценка эффективности. Стратегический маркетинг в сфере музыкального искусства. Управленческие структуры организаций в сфере музыкального искусства; иерархические системы управления.

Тема 1.10 Правовое обеспечение музыкального проекта

Авторское право в музыкальной шоу-индустрии. Правовой статус и социально-экономическое положение учреждения музыкального образования и искусства. Отношения собственности в системе образования и культуры; сущность хозяйственного механизма. Организация финансовой деятельности учреждения; бюджетное финансирование; внебюджетные средства; организация предпринимательской деятельности; попечительские советы.

Раздел II. Менеджмент учреждений музыкального образования и искусства

Тема 2.1 Учреждения музыкального образования и искусства как объект управления

Методологические основы и методы управления учреждениями музыкального искусства и образования. Разработка управленческих решений. Руководство научно-методической работой как средство управления учебно-воспитательным процессом в образовательном учреждении. Специфика управления учреждениями музыкального искусства и образования.

Лицензирование, аттестация и аккредитация учреждений музыкального искусства и образования.

Тема 2.2 Маркетинговая деятельность образовательных учреждений

Субъекты маркетинга образовательного учреждения, их функции. Объекты маркетинга образования. Маркетинговая деятельность системы учреждений образования. Маркетинговые концепции и их применение в образовании. Стратегия маркетинга образовательных услуг. Организация маркетинговых служб в учреждениях образования. Делопроизводство в сфере музыкального искусства и образования.

РЕПОЗИТОРИЙ БГПУ

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Музыкальный менеджмент» для дневной формы получения образования

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Количество аудиторных часов					Внеаудиторная самостоятельная работа	Методическое обеспечение занятий (наглядные, методические пособия и др.) лекции	Формы контроля знаний практические занятия
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	управляемая (контролируемая) самостоятельная работа студентов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
II курс 3 семестр									
1.	Менеджмент музыкального искусства								
1.1	Факультативная дисциплина «Музыкальный менеджмент»	2							
1.1.1	Цель, задачи и содержание дисциплины. Понятие «музыкальный менеджмент». Менеджмент музыкальной деятельности. Менеджмент музыкального искусства. Менеджмент учреждений музыкального образования. Менеджмент некоммерческих организаций в области музыкального искусства.	2						основная [1], [2], дополнительная [1], [3]	
1.2	Тема 1.2 Менеджмент музыкального искусства как вид деятельности и система управления	4							
1.2.1	Специфика музыкального искусства как сферы управленческой деятельности. Субъекты управленческой деятельности в области музыкального искусства.	2						основная [1], [2], дополнительная [1], [3]	
1.2.2	Государственные органы управления, общественные объединения, творческие коллективы, физические лица. Особенности управленческих процессов.	2						основная [1], [4] дополнительная [1]	рефераты

1.3	Личность продюсера музыкального проекта		2						
1.3.1	Продюсер и продюсерская компания. Функциональные обязанности продюсера. Стили управления. Формальное и неформальное управление. Взаимоотношения продюсера с артистами. Мотивирование участников проекта. Авторитет и престиж продюсера как основа руководства.		2					основная [2], [3], [4] дополнительная [3]	доклады
1.4	Социально-психологические основы управления коллективом в сфере музыкальной шоу-индустрии	2	2						
1.4.1	Психология общения: деловое общение, деловая беседа, деловые совещания. Публичное выступление. Методы социально-психологического воздействия.	2						основная [2], дополнительная [1]	
1.4.2	Руководство и лидерство. Организационная культура. Силь руководства.		2					основная [2], [3], [4] дополнительная [3]	тесты
1.5	Менеджмент исполнительских искусств и музыкальных продуктов		2						
1.5.1	Понятие «музыкальный проект» в музыкальной шоу-индустрии и в музыкальном образовании. Этапы жизни музыкального проекта. Создание. Представление. Жизненный цикл. Менеджмент музыкальных продуктов в средствах массовых коммуникаций. Менеджмент в звукозаписывающей индустрии. Особенности работы в коммерческой и некоммерческой сферах создания и распространения музыкальных продуктов.		2					основная [2], дополнительная [1], [2], [3]	тесты
1.6	Технология управления музыкальными шоу-проектами	4							
1.6.1	Типы менеджмента музыкальных продуктов и услуг. Методы эффективного управления. Технология управления сольным музыкальным шоу-проектом.	2						основная [1], [2], [5], дополнительная [1]	
1.6.2	Технология управления групповым музыкальным шоу-проектом. Менеджмент фестиваля (конкурса). Концертный менеджмент.	2						основная [2], [3], [4] дополнительная [3]	рефераты

1.7	Реклама и PR в жизненном цикле проекта		2						
1.7.1	Роль коммуникации в маркетинге музыкального искусства. Разработка стратегии коммуникации. Сущность прямого маркетинга в сфере исполнительских искусств. Маркетинговые связи с общественностью; PR как новая организационная функция.		2					основная [1], [2], дополнительная [2], [3]	доклады
1.8	Маркетинг музыкального искусства		2						
1.8.1	Сущность маркетинга как процесса. Проблемы и сложности маркетинга искусств. Эволюция маркетинговой философии в сфере музыкального искусства. Планирование в стратегическом маркетинге. Изучение рынка исполнительских искусств; влияние факторов на потребительское поведение; стратегические действия в планировании маркетинга. Маркетинговые исследования; цель, задачи, методы и этапы маркетингового исследования. Роль конкуренции; сотрудничество искусства и бизнеса. Специфика определения и позиционирования музыкального искусства как продукта. Стратегия ценообразования.	2						основная [2], дополнительная [1], [2], [3]	эссе
1.9	Финансирование музыкального шоу-проекта		2						
1.9.1	Управление финансовыми ресурсами; функции бюджета; спонсорские рынки; фонды; правительственная поддержка. Фандрейзинг: задачи и оценка эффективности. Стратегический маркетинг в сфере музыкального искусства. Управленческие структуры организаций в сфере музыкального искусства; иерархические системы управления.	2						основная [2], [5], дополнительная [1], [3]	рефераты
1.10	Правовое обеспечение музыкального проекта		2						
1.10.1	Авторское право в музыкальной шоу-индустрии. Правовой статус и социально-экономическое положение учреждения музыкального образования и искусства. Отношения собственности в системе образования и культуры; сущность хозяйственного механизма. Организация финансовой деятельности учреждения; бюджетное	2						основная [2], дополнительная [1], [2], [3]	эссе

	финансирование; внебюджетные средства; организация предпринимательской деятельности; попечительские советы.								
2.	Менеджмент учреждений музыкального образования и искусства								
2.1	Учреждения музыкального образования и искусства как объект управления	2							
2.1.1	Методологические основы и методы управления учреждениями музыкального искусства и образования. Разработка управленческих решений. Руководство научно-методической работой как средство управления учебно-воспитательным процессом в образовательном учреждении. Специфика управления учреждениями музыкального искусства и образования. Лицензирование, аттестация и аккредитация учреждений музыкального искусства и образования.	2					основная [2], дополнительная [1], [2], [3]	тесты	
2.2	Маркетинговая деятельность образовательных учреждений	2							
2.2.1	Субъекты маркетинга образовательного учреждения, их функции. Объекты маркетинга образования. Маркетинговая деятельность системы учреждений образования. Маркетинговые концепции и их применение в образовании. Стратегия маркетинга образовательных услуг. Организация маркетинговых служб в учреждениях образования. Делопроизводство в сфере музыкального искусства и образования.	2					основная [2], дополнительная [1], [2], [3]	рефераты	
	ВСЕГО:	20	12						

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Музыкальный менеджмент» для заочной формы получения образования

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Количество аудиторных часов					Внеаудиторная самостоятельная работа	Методическое обеспечение занятий (наглядные, методические пособия и др.) лекции	Формы контроля знаний практические занятия
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	управляемая (контролируемая) самостоятельная работа студентов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
II курс 3 семестр									
1.	Личность продюсера музыкального проекта	2							
1.1	Продюсер и продюсерская компания. Функциональные обязанности продюсера. Стили управления. Формальное и неформальное управление. Взаимоотношения продюсера с артистами. Мотивирование участников проекта. Авторитет и престиж продюсера как основа руководства.	2						основная [1], дополнительная [3]	доклады
2.	Менеджмент исполнительских искусств и музыкальных продуктов	2							
2.1	Понятие «музыкальный проект» в музыкальной шоу-индустрии и в музыкальном образовании. Этапы жизни музыкального проекта. Создание. Представление. Жизненный цикл. Менеджмент музыкальных продуктов в средствах массовых коммуникаций. Менеджмент в звукозаписывающей индустрии. Особенности работы в коммерческой и некоммерческой сферах создания и распространения музыкальных продуктов.	2						основная [2], дополнительная [2], [3]	тесты
3.	Технология управления музыкальными шоу-проектами		2						

3.1	Типы менеджмента музыкальных продуктов и услуг. Методы эффективного управления. Технология управления сольным музыкальным шоу-проектом. Технология управления групповым музыкальным шоу-проектом. Менеджмент фестиваля (конкурса). Концертный менеджмент.		2					основная [3], [4], дополнительная [1], [3]	тесты
4.	Маркетинговая деятельность образовательных учреждений		2						
4.1	Субъекты маркетинга образовательного учреждения, их функции. Объекты маркетинга образования. Маркетинговая деятельность системы учреждений образования. Маркетинговые концепции и их применение в образовании. Стратегия маркетинга образовательных услуг. Организация маркетинговых служб в учреждениях образования. Делопроизводство в сфере музыкального искусства и образования.		2					основная [5], дополнительная [1], [2], [3]	рефераты
	ВСЕГО:	4	4						

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Адизес, И. Стили менеджмента – эффективные и неэффективные / И. Адизес. – М.: “Альпина Бизнес Букс”, 2009. – 199 с.
2. Корнеева, С.М. Музыкальный менеджмент: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности “Музыкальный менеджмент”/ С.М.Корнеева. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 303 с.
3. Орлов, А.И. Менеджмент. Учебник / А.И. Орлов. – М.: Издательство "Изумруд", 2003. – 298 с.
4. Пассман, Д. Все о музыкальном бизнесе / Д. Пассман. – М.: Музыкальное издательство “Союз”, 2013. – 265 с.
5. Цыренова, А.А Менеджмент: учебно-методическое пособие / А.А. Цыренова. – Улан-Удэ: Издательство ВСГТУ, 2006. – с.114

Дополнительная:

1. Лысов, О.Е. Методы прикладных исследований в менеджменте: учеб. пособие / О.Е. Лысов. – СПб.: ГУАП, 2011. – 164 с.
2. www.rao.ru
3. www.roms.ru

ПЕРЕЧЕНЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для диагностики сформированности компетенций студентов по факультативной дисциплине «Музыкальный менеджмент» рекомендуется использовать следующие средства:

- тесты
- эссе
- доклады
- рефераты.

РЕПОЗИТОРИЙ БГПУ

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу кафедрой (с указанием даты и номера протокола)
Музыкально-педагогическое проектирование	Кафедра теории и методики преподавания искусства	Исключить дублирование учебного материала при изучении Темы 1.6 «Технология управления музыкальными шоу-проектами»	Протокол № 13 от 19.05.2016 г.

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Музыкальный менеджмент»
(специальность 1-03 01 08 Музыкальное искусство, ритмика и хореография)
на 2019/2020 учебный год

№№ пп	Дополнения и изменения	Основание
1	Заменить список основной литературы следующими источниками: 1. Казиник, М. С. Погружение в музыку, или Тайны гениев-2 / М. С. Казиник. – М. : АСТ, 2017. — 300 с.	Обновление списка основной литература в связи с истечением срока действия грифованных учебных пособий.

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры теории и методики преподавания искусства (протокол № 6 от 27.01.2020)

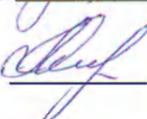
Заведующий кафедрой
теории и методики преподавания искусства
доктор искусствоведения, доцент

 Ю.Ю.Захарина

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета эстетического образования
кандидат пед. наук, доцент

 И.И.Рыжикова

Методист УМО

 Е.А.Кравченко