

Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет культури і мистецтв
Кафедра історії, теорії мистецтв та виконавства

СИЛАБУС

обов'язкової навчальної дисципліни

МУЗИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ

Ступінь вищої освіти:

Освітня кваліфікація:

Професійна кваліфікація:

МАГІСТР

Магістр музичного мистецтва

Викладач закладу вищої освіти.

Керівник музичної студії, колективу.

Звукорежисер

ЗАТВЕРДЖЕНО:

Протокол

засідання кафедри історії,

теорії мистецтв та виконавства

№ 8 від 29 січня 2021 р.

I. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Денна форма навчання	Галузь знань: 02 Культура і мистецтво Спеціальність: 025 Музичне мистецтво Освітньо-професійна програма: «Музичне мистецтво» Освітній рівень: Магістр	Обов'язкова
Кількість годин / кредитів 90/3		Рік навчання 2_____
		Семестр 3-ий
		Лекції - 10 год.
		Практичні - 16 год.
ІНДЗ: є		Індивідуальні -
		Самостійна робота 58 год.
		Консультації 6 год.
		Форма контролю: залік 3 семестр
Мова навчання українська		

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Заочна форма навчання	Галузь знань: 02 Культура і мистецтво Спеціальність: 025 Музичне мистецтво Освітньо-професійна програма: «Музичне мистецтво» Освітній рівень: Бакалавр	Вибіркова
Кількість годин / кредитів 45/1,5		Рік навчання 2_____
		Семестр 3-ий
		Лекції - 8 год.
		Практичні - 4 год.
ІНДЗ: немає		Індивідуальні
		Самостійна робота 66 год.
		Консультації 12 год.
		Форма контролю: залік 3 семестр
Мова навчання українська		

II. Інформація про викладача

Прізвище, ім'я, по батькові: **Ігнатова Лариса Петрівна**
Науковий ступінь: **Кандидат мистецтвознавства**
Вчене звання: **Доцент**
Посада: **Завідувач кафедри історії, теорії мистецтва та виконавства**
Контактна інформація: **моб. тел. +380994311948; ел. адреса: l.ignatova1958@gmail.com**
Дні занять:

Опис дисципліни

1. Анотація курсу

Курс «Мистецького менеджменту і маркетингу» розглядається як складова менеджменту соціокультурної діяльності і загального менеджменту, а також орієнтований на вивчення такого явища як шоу - бізнес, що належить одночасно як до мистецької так і комерційної, економічної сфери діяльності. Враховуючи, що на відміну від попередньої суспільної системи мистецька культура в незалежній Україні виключена із сфери ідеології, питанням управління в даній галузі надається особливої уваги. Тому планування діяльності в мистецькій організації, проведенні будь-яких арт-бізнесових та дозвіллевих проєктів передбачає визначення мети, необхідних ресурсів та розробку методів реалізації поставлених цілей, найбільш ефективних у конкретних умовах.

2. Зміст дисципліни

Основи мистецького менеджменту та маркетингу: сутність, значення та особливості розвитку мистецького менеджменту і маркетингу;
предмет, об'єкт, суб'єкт мистецького менеджменту та маркетингу.
Історія розвитку мистецького менеджменту, маркетингу
Мистецькі організації як об'єкти управління.
Функції і технологія мистецького менеджменту: планування; організування; мотивування; контролювання; регулювання.
Шоу – бізнес як явище культури: історія шоу – бізнесу в Україні.
Розвиток мистецтва в Україні до 1991 року.
Мистецтво України в 1991 – 1994 роках.
Період становлення українського мистецтва в 1994 – 1997 роках.
Розвиток шоу - бізнесу з 1997 року.
Поняття маркетингу у шоу – бізнесі:
Значення терміну маркетинг.
Функції маркетингу.
Методи аналізу та сегментація ринку.
Інформаційна база маркетингу.
Організація та проведення шоу-бізнесових та анімаційних проєктів:

Концертно – гастрольна діяльність.
Мистецькі фестивалі та конкурси.
Презентації та шоу-програми.

3. Пререквізити

«Основи історичного і теоретичного мистецтвознавства», «Організація заходів у сфері культури і мистецтва», «Фахова майстерність», «Філософія мистецтва та основи лекторства».

4. Постреквізити

«Соціокультурна анімація та організація мистецьких заходів»,
«Переддипломної практики», «Асистентської практики».

5. Мета і завдання навчальної дисципліни:

розширення знань в галузі управління музичною культурою; засвоєння особливостей розвитку музичного менеджменту в сучасній Україні;
визначення специфічних ознак українського шоу - бізнесу;
ознайомлення з організацією та проведенням різноманітних шоу - проектів.

6. Результати навчання (компетентності):

Загальні компетентності (ЗК):

- ЗК4. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК5. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК7. Здатність до міжособистісної взаємодії.
- ЗК8. Здатність працювати в міжнародному контексті.

Фахові компетентності (ФК)

- ФК1. Здатність створювати, реалізовувати і висловлювати свої власні художні концепції.
- ФК3. Здатність розробляти і реалізовувати творчі проекти по створенню / інтерпретації / аранжуванню та перекладу музики / звукорежисерської практики обробки звуку.

7. Програмні результати навчання (ПРН)

- ПРН9. Здійснювати ефективне управління мистецькими проектами, зокрема, їх планування та ресурсне забезпечення.
- ПРН10. Приймати ефективні рішення в галузі культури і мистецтва, аналізувати альтернативи та оцінювати ризики.

5. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин, відведених на:				
	Усього (д/з)	Лекції (д/з)	Практичні (д/з)	Самостійна робота (д/з)	Конс. (д/з)
МОДУЛЬ 1. Мистецький менеджмент та його специфіка					
Змістовий модуль 1. Основи мистецького менеджменту та маркетингу					
Тема 1. Сутність, значення та особливості розвитку мистецького менеджменту та маркетингу	14/15	2/1	2/2	10/10	/2
Тема 2. Види і зміст управлінської діяльності.	14/13	2/1	2/	10/10	/2
Загалом за Модуль 1	28/28	4/2	4/2	20/20	/4
МОДУЛЬ 2. Особливості маркетингової діяльності в українському шоу-бізнесі					
Змістовий модуль 2. Шоу – бізнес як явище культури					
Тема 3. Історія шоу – бізнесу в Україні	18/20	2/2	4/2	10/14	2/2
Тема 4. Поняття маркетинг у шоу - бізнесі	18/18	2/2	4/	10/14	2/2
Тема 5. Організація та проведення шоу-бізнесових проєктів	26/24	2/2	4/	18/18	2/4
Загалом за Модуль 2	62/62	6/6	12/2	38/46	6/8
Загалом за модулями	90/90	10/8	16/4	58/66	6/12

ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

1. Організація та проведення мистецьких фестивалів і конкурсів
2. Організація та проведення концертно-гастрольної діяльності
3. Організація та проведення прес-конференцій та шоу-програм
4. Організація та проведення різноманітних анімаційних програм

Література:

1. Виноградський М. Д. Організація праці менеджера [Електронний ресурс]: навч. посібник / М. Д. Виноградський, О. М. Шканова. – К.: “Кондор”, 2002. – 518 с. – Режим до- ступу: <http://www.info-library.com.ua/books-book-117.html>.
2. «СвоЯ музика» – Всеукраїнський музичний журнал. – Тернопіль, 2009. – № 1-12.

Інтернет-ресурси

www.shoowbiz.ru

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Для самостійної роботи студентам пропонується опрацювати додаткову літературу з наступних питань курсу:

- історія розвитку вітчизняної індустрії розваг;
- засоби масової інформації – радіо, телебачення, преса;
- використання глобальної сітки та інтелектуальних технологій у сфері індустрії розваг;
- інвестиції в мистецькому бізнесі;
- технічне оснащення концертної діяльності;
- звукорежисура і студійна робота;
- основи режисури і продюсування музичних кліпів та різноманітних анімаційних проектів.

Результати самостійної роботи враховуються під час оцінювання ІНДЗ.

ІНДИВІДУАЛЬНА РОБОТА (ПРОЄКТ)

По закінченні курсу «Мистецького менеджменту, маркетингу та анімації» студент повинен самостійно розробити проект організації та проведення мистецьких фестивалів, конкурсів, презентацій, шоу – програм та інших анімаційних проектів.

ПИТАННЯ МОДУЛЬНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ОЦІНЮВАННЯ

1. Поточний контроль – 40 балів:

- опитування під час практичних занять (всього 30 балів);
- захист ІНДЗ (максимально всього 10 балів);

2. Контрольні роботи (по закінченні кожного модуля) – максимально всього 60 балів.

Наприкінці курсу сумуємо бали, отримані під час поточного контролю та контрольних робіт.

При складанні заліку бали, отримані за контрольні роботи знімаються. На залік виділяється максимально 60 балів, які сумуємо з балами, отриманими за поточний контроль (семінарські, ІНДЗ), після чого виводиться підсумкова оцінка.

Критерії оцінювання

Критерії оцінювання відповідей на семінарських заняттях

11 - 15 балів – студент вірно засвоїв теми, висвітлив зміст основних понять, продемонстрував здатність вільно оперувати теоретичними категоріями, узагальнювати та аналізувати матеріал;

6 – 10 балів - студент вірно і достатньо засвоїв теми, висвітлив зміст основних понять, продемонстрував здатність вільно оперувати теоретичними категоріями, узагальнювати та аналізувати матеріал; у відповіді допустив незначну неточність;

1 - 5 балів - студент недостатньо засвоїв теми, допустив помилки щодо розуміння основних теоретичних понять, матеріал виклав непослідовно але зміг правильно узагальнити вивчений матеріал;

0 балів – відповідь відсутня.

Критерії оцінювання індивідуального науково – дослідного завдання (ІНДЗ)

8 - 10 балів – завдання виконане на науковому рівні, висвітлено сутність основних теоретичних понять, матеріал викладено логічно, продемонстровано здатність до аналізу та узагальнення; виступив на захисті, відповівши на всі запитання вірно; текстовий та ілюстративний матеріал оформлені охайно;

5 - 7 балів - завдання виконане на науковому рівні, висвітлено сутність основних теоретичних понять, матеріал викладено логічно, продемонстровано здатність до аналізу та узагальнення, виступив на захисті, але допустив неточності при відповіді на запитання; можлива неточність в оформленні та групуванні матеріалів по розділах;

1- 4 балів – завдання виконане на достатньому рівні, добре здійснено підбір та узагальнення матеріалу; є недоліки у висвітленні змісту понять та категорій, або у послідовності викладу матеріалу; при захисті допустив низку помилок та неточностей, відповідаючи на запитання; робота оформлена неохайно.

0 балів завдання виконане частково, матеріал не відповідає змісту теми, студент не вміє працювати з науковою літературою;

Критерії оцінювання модульних контрольних робіт

21 - 30 балів — завдання виконано самостійно на основі нестандартних підходів причинно-наслідкового аналізу, прогнозування;

11 - 20 балів — завдання виконано з використанням творчих рішень нестандартних підходів, прогнозування. Однак, використовуються класичні підходи, має місце використання відомих алгоритмів;

1 - 10 балів — завдання виконано з елементами творчого підходу, переважають відомі, алгоритмізовані правила їх розв'язання;

0 балів — завдання не виконано або зроблена спроба виконання без використання творчих підходів.

Максимальна оцінка за залік – 60 балів. Пропонується дати відповіді на 30 запитань, за кожну правильну відповідь – 2 бали.

В результаті сумування балів, отриманих за результатами поточного та підсумкового контролю, студент отримує оцінку

Шкала оцінювання

Таблиця 6

Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності	Оцінка	
	для екзамену	для заліку
90 – 100	Відмінно	Зараховано
82 – 89	Дуже добре	
75 - 81	Добре	
67 -74	Задовільно	
60 - 66	Достатньо	
1 – 59	Незадовільно	Незараховано (з можливістю повторного складання)

ДЖЕРЕЛА, РЕКОМЕНДОВАНІ ДЛЯ ОПРАЦЮВАННЯ

Основна література

1. Shemel S. and Krasilovsky W. THIS BUSINESS OF MUSIC. Billboard Books, NY, 1990.
2. Shemel S. and Krasilovsky W. MORE ABOUT THIS BUSINESS OF MUSIC. Billboard Books, NY, 1989.
3. Алексеева Л. «Изнанка шоу-бизнеса» – М.: АКТ МОСКВА, 2008. – 220, [4] с.
4. Барроу К., Барроу П., Браун Р. „Бізнес-план: Практ. посіб.: Пер. з 3-го англ. вид.” – К.: Т-во „Знання”, КОО, 2001. – 285 с.
5. Гагоорт Г., «Менеджмент мистецтва. Підприємницький стиль». / пер. з англ. Шумилович Б. – Львів: Літопис, 2008. – 360 с.
6. Деарлав Д. «Бизнес путь: Ричард Брэнсон. 10 секретов лучшего в мире создателя брэнда». – СПб.: Издательство «Крылов», 2003. – 192 с.
7. Деарлав Д. «Бизнес путь: Билл Гейтс. 10 секретов самого богатого в мире бизнес-лидера». – СПб.: Издательство «Крылов», 2003. – 208 с.
8. Деарлав Д. «Бизнес путь: Руперт Мердок. 10 секретов крупнейшего в мире медиамагната». – СПб.: Издательство «Крылов», 2003. – 176 с.
9. Добротворский И. Л. «Новые технологии победы: Как по-настоящему достичь успеха: практическое руководство. М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2003. – 352 с.

10. Друкер П. Ф. «Практика менеджмента».: Пер. с англ. : Уч. пос. – Москва: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 398 с.
11. Жданова Е. И., Иванов С. В., Кротова Н. В. «Управление и экономика в шоу-бизнесе: учебное пособие». – М.: Финансы и статистика, 2003. – С. 101-109, 129-134, 151-153.
12. Жизнин С.З. “Как стать предпринимателем?”. – М.: Издательство “Новости”, 1990.
13. Гриценко О. „Культура і влада. Теорія і практика культурної політики в сучасному світі”. – К.: УЦКД, 2000. – 228 с.
14. Євтушенко О., «Обличчя музики. Творчі портрети українських зірок». – Тернопіль: Джура, 2006. – 272 с.
15. Йенсен Р. «Общество мечты». – Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. – 267 с.
16. Каганець І. В. “Психологічні аспекти в менеджменті: типологія Юнга, соціоніка, психоінформатика”. – К.-Тернопіль: Мандрівець – Port-Royal. 1997.
17. Калюжний Є. «Як стати і бути багатим: Філософія індивідуального успіху». – К.: Смолоскип, 2006. – 282 с.
18. Келлер К. Л. «Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом», 2-е издание.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 704 с.
19. Кіндрацька Г. І. «Основи стратегічного менеджменту: Навч. посібник. – Львів: Кінпатрі ЛТД, 2000. – 264 с.
20. Кірсанов В.В. “Невідомий Поплавський”. К.: КНУКІМ, 1999.
21. Кольбер Ф., Нантель Ж., Білодо С., Річ Дж. Д. „Маркетинг у сфері культури та мистецтв”. Перекл. з англ. Яринич С. – Л.: Кальварія, 2004. – 240 с.
22. Коновалов А. «Маленькие секреты большого шоу-бизнеса». – СПб.: Питер, 2005. – 188 с.
23. Корнеева С. «Как зажигают звёзды». – СПб.: Питер, 2004. – 320 с.
24. Корнеева С. М. «Музыкальный менеджмент»: учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Музыкальный менеджмент» (061166) и специальностям культуры и искусства (050000) – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 303 с.
25. Котлер Філіп, Лі Ненсі. ”Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства” / Пер. з англ.. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.
26. Котлер Ф., Келлер К. Л., Павленко А. Ф. та ін. «Маркетинговий менеджмент»: Підручник – К.: Видавництво «Хімджест», 2008. – 720 с.
27. Лалл Дж. „Мас-медіа, комунікація, культура – глобальний підхід”. – К.: К.І.С., 2002. – 263 с.
28. Ленглі С. „Театральний менеджмент і продюсерство. Американський досвід.” Перекл. з англ. Безгіна І. Д. – К.: ВВП Компас, 2000. – С. 477-496.

29. Литовка О. В., «Створення та організація спеціалізованого музичного проекту в жанрі рок-музики»: навчальний посібник. – К., Кривий Ріг: «Новое видение», 2008 – 181 с.
30. Менегетти А. «Практика лидерства» / Перевод с итальянского ООО «ФОИЛ». Изд. 1-е, - М.: БФ «Онтопсихология», 2008 г., 192 с.
31. Мильор Р. Г. «Менеджмент: достижение цели». / пер. с англ. Г. А. Крылова. – СПб.: Информ.-издат. Агенство «ЛИК», 1992. – 136 с.
32. Михайлова Л. «Социология культуры». – М.: «Фаир-Пресс», 1999 – 232 с.
33. Нємцов В. Д., Довгань Л. Є. «Стратегічний менеджмент». – К.: ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2001 – 600 с.
34. Панасов И. В. «Шоу-бизнес». – М.: Изд-во ЭКСМО: Донецк: Изд-во СКИФ, 2004. – 384 с.
35. Пассман Д., «Всё о музыкальном бизнесе»; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 420 с.
36. Поплавський М.М. Менеджер культури : Підручник. – К.: МП „Леся”, 1996. – 416 с.
37. Поплавський М.М. Азбука Публік Рілейшзн: Підручник. – К., 1997. – 320с.
38. Поплавський М.М. Менеджер шоу-бізнесу: Підручник. – К., 1999. – 560 с.
39. Тульчинський Г.Л. Менеджмент в сфері культури. – СПб.: Издательство «Лань», 2001. – 384 с.

Додаткова література

1. Палеха Ю.І., Кудін В.А. Культура управління та підприємництва: Навч. – метод. посібник – К.: МАУП, 1998. – 98с.
2. Дискин И.Е. Культура: стратегия социально-экономического развития. – М.: Экономика, 1990. – 109с.
3. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Основы менеджменту. – К.: Академвидав, 2003. – 414с.

ПИТАННЯ НА ЗАЛІК

1. Сутність, значення та особливості розвитку мистецького менеджменту
2. Предмет, об'єкт, суб'єкт мистецького менеджменту
3. Історія розвитку мистецького менеджменту
4. Музичні організації як об'єкти управління
5. Види і зміст управлінської діяльності
6. Функції і технологія мистецького менеджменту
7. Планування як загальна функція мистецького менеджменту
8. Організування як загальна функція мистецького менеджменту

9. Мотивування як загальна функція мистецького менеджменту
10. Контролювання як загальна функція мистецького менеджменту
11. Регулювання як загальна функція мистецького менеджменту
12. Шоу – бізнес як явище культури
13. Історія шоу – бізнесу в Україні
14. Розвиток естрадного мистецтва в Україні до 1991 року
15. Естрада України в 1991 – 1994 роках
16. Період становлення в 1994 – 1997 роках
17. Розвиток шоу - бізнесу з 1997 року
18. Маркетинг у шоу – бізнесі та анімаційна діяльність
19. Значення терміну маркетинг, анімація
20. Функції маркетингу, анімації
21. Методи аналізу та сегментація ринку
22. Інформаційна база маркетингу, анімації
23. Організація та проведення шоу – бізнесових та анімаційних проєктів
24. Концертно – гастрольна діяльність
25. Мистецькі фестивалі та конкурси
26. Презентації, різноманітні шоу та проєкти

