

«Менеджмент в музыкальном искусстве»

Место учебной дисциплины в структуре ООП

Блок 1. Вариативная часть. Дисциплины по выбору. Б1.В.ДВ.02.01.

Целью освоения дисциплины является овладение комплексом знаний и практических навыков по теории продюсерского дела, менеджмента культурных институтов, маркетинговому анализу их деятельности, рекламе, PR, социально-культурному проектированию и фандрейзингу.

Задачи дисциплины:

- развитие стратегического умения самостоятельно видеть и исследовать процессы в области искусства и культуры в контексте происходящих в стране социальных изменений;
- знакомство с методикой управленческой деятельности, планированием и практической реализацией продюсерских проектов;
- развитие креативного потенциала студента, способного как генерировать идею культурного проекта, так и, в результате, выстроить стратегию его реализации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- методологические основы и социальные факторы менеджмента;
- теорию организации и основы ее финансовой и правовой деятельности;
- специфику менеджмента в области культуры и искусства, его основные принципы, функции и технологию арт-менеджмента, основы функционирования рыночной экономики;
- виды и основные характеристики учреждений культуры, хозяйственный механизм их деятельности;
- роль маркетинга в управлении учреждением культуры;
- процессы, происходящие в отечественной концертной практике в контексте общих тенденций развития концертного менеджмента в международном концертном бизнесе.

Уметь:

- применять экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории;
- вести переговоры, письменные коммуникации в менеджменте;
- устанавливать отношения со СМИ;
- моделировать ситуации и разрабатывать решения, стратегические и тактические планы в системе менеджмента;
- составлять бизнес-план культурного проекта;
- формировать спонсорское предложение.

Владеть

- навыками проведения деловых совещаний и переговоров, принятия управленческих решений;
- навыками планирования и практической реализации культурных и продюсерских проектов;
- пониманием процессов, происходящих в отечественной концертной практике в контексте общих тенденций развития концертного менеджмента в международном концертном бизнесе;
- технологией фандрейзинга культурного проекта;
- навыками социо-культурного проектирования; навыками презентации проекта.

Формируемые компетенции:

Успешное освоение дисциплины позволяет обучающемуся обладать следующими компетенциями:

- способностью к сотворчеству в исполнении музыкального произведения в ансамбле (ПК–7);
- способностью самостоятельно работать над концертным репертуаром (ПК–8).

Общая трудоемкость дисциплины — 4 з. е. (144 часа), аудиторная работа — 76 часов. Время изучения: 7, 8 семестр. Промежуточная аттестация: недифференцированный зачет — 8 семестр.