

Менеджмент в области музыкальной культуры

Место учебной дисциплины в структуре ООП

Блок 1. Базовая часть. Б1.Б.15.

Цель освоения дисциплины:

— овладение комплексом знаний и практических навыков по теории продюсерского дела, менеджмента культурных институтов, маркетинговому анализу их деятельности, рекламе, PR, а также 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, теоретические 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 социокультурного проектирования;
— навыками презентации проекта.

Формируемые компетенции

Успешное освоение дисциплины позволяет обучающемуся обладать следующими компетенциями:

- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК–2);
- способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности (ОК–3);
- способностью к владению культурой мышления, обобщению, анализу и критическому осмыслению, систематизации, прогнозированию, постановке целей и выбору пути их достижения (ОК–6);
- владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, наличием навыков работы с компьютером как средством управления информацией (ОПК–3);
- готовностью к организации и планированию концертной деятельности творческого коллектива (ПК–24).

Общая трудоемкость дисциплины — 2 з. е. (72 часа), аудиторная работа — 34 часа, время изучения — 8 семестр. Промежуточная аттестация: недифференцированный зачет — 8 семестр.