

«Менеджмент в музыкальном искусстве»

Место учебной дисциплины в структуре ООП

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

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 к владению культурой мышления, обобщению, анализу и критическому осмыслению, систематизации, прогнозированию, постановке целей и выбору пути их достижения (ОК–6);

— готовностью к творческому взаимодействию с дирижером и режиссером в музыкальном спектакле (ПК–12).

Общая трудоемкость дисциплины — 5 з. е. (180 часов), аудиторная работа — 76 часов, время изучения — 7, 8 семестры. Промежуточная аттестация: недифференцированный зачет — 8 семестр.