

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки  
Кафедра історії, теорії мистецтв та виконавства

ЗАТВЕРДЖЕНО  
Проректор за навчальною роботою  
проф. Гавришук С. В.



2013 р.

## МУЗИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ

РОБОЧА ПРОГРАМА

вибіркової навчальної дисципліни

підготовки спеціаліста

спеціальності 7.02020401 «Музичне мистецтво»

Луцьк – 2013

**Робоча програма навчальної дисципліни «Музичний менеджмент і маркетинг» для студентів спеціальності 7.02020401 «Музичне мистецтво»**

*29* *серпня* 2013 р. - *9* с.

Розробник: Ігнатова Л. П., канд.мист., доцент

Рецензент: Чепелюк В.А., професор



**Робоча програма навчальної дисципліни затверджена на засіданні кафедри історії, теорії мистецтв та виконавства**

протокол № 2 від 9 вересня 2013 р.

Завідувач кафедри:

*В. А.*  
(підпис)

Чепелюк В. А.

**Робоча програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною комісією Інституту мистецтв**

протокол № 1 від 11.09. 2013 р.

Голова науково-методичної комісії факультету

*П. Й.*

Шиманський П. Й.

**Робоча програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною радою університету**

протокол № 3 від 20.11. 2013 р.

**СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ  
« МУЗИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ »**

**1. ОПИС НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ**

<b>Напряом, спеціальність, освітньо- кваліфікаційний рівень</b>	<b>Характеристика навчального курсу</b>
<p>Галузь знань: 0202 “Мистецтво”</p> <p>Спеціальність: 7.02020401 “Музичне мистецтво”</p> <p>Освітньо- кваліфікаційний рівень: спеціаліст</p>	<p>Кількість кредитів, відповідних ECTS: <u>1,5 кредити</u></p> <p>Загальна кількість годин: 54 годин</p> <p>Тип курсу: вибірковий</p> <p>Рік підготовки: 5 (п’ятий)</p> <p>Семестр: 9 (дев’ятий)</p> <p>Всього: 16 годин</p> <p>Лекції: 12 годин</p> <p>Практичні: 4 години</p> <p>Індивідуальна робота (проект) –18год.</p> <p>Самостійна робота: 20 годин</p> <p><u>Модулів: 4 (чотири)</u></p> <p><u>Змістових модулів: 2 (два)</u></p> <p>Вид контролю: залік</p>

## 2. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Курс «Музичного менеджменту і маркетингу» розглядається як складова менеджменту соціокультурної діяльності і загального менеджменту, а також він орієнтований на вивчення такого явища як шоу - бізнес, що належить одночасно і до комерційної, економічної сфери діяльності.

Враховуючи, що на відміну від попередньої суспільної системи музична культура в незалежній Україні виключена із сфери ідеології, питанням управління в даній галузі надається особливої уваги. Тому планування діяльності в музичній організації, проведення будь-якого музичного бізнесового проекту передбачає визначення мети, необхідних ресурсів та розробку методів реалізації поставлених цілей, найбільш ефективних у конкретних умовах. Позитивне розв'язання цих питань в даній програмі вимагає використання й узагальнення знання та навичок з дисциплін «Історія музичної культури», «Музична естетика», «Соціологія», «Культурологія», «Економіка» і ін.

Курс «Музичного менеджменту і маркетингу» розрахований на студентів спеціальності 7.020207 «Музична педагогіка та виховання» освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст і вивчається протягом одного (девятого) семестру, включаючи в себе лекційні (10) та практичні (6) заняття, самостійну роботу (30), написання творчих робіт(26) та залік в кінці семестру.

Тематичний план курсу зорієнтований на такі основні аспекти:

- ✓ сутність, значення та особливості розвитку музичного менеджменту;
- ✓ види і зміст управлінської діяльності;
- ✓ шоу – бізнес та його розвиток в Україні;
- ✓ види шоу – бізнесових проектів та технологія їх проведення.

Головним об'єктом вивчення курсу «Музичного менеджменту і маркетингу» є музична масова культура , так званий шоу-бізнес, який активно розвивається в сучасній Україні в умовах ринкової економіки. З метою закріплення теоретичних знань до програми курсу введено такі форми роботи як написання творчих робіт з питань організації та проведення концертно – гастрольної діяльності, музичних фестивалів і конкурсів, презентацій і шоу - програм .

**Мета та завдання** курсу передбачають:

- ✓ 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.

Після опанування даного курсу студенти повинні

**знати:**

- ✓ закономірності розвитку управлінської діяльності в музичній культурі на сучасному етапі;
- ✓ сутність основних теоретичних понять та категорій музичного менеджменту сучасності;
- ✓ методи організації та проведення шоу – бізнесових проектів;

**вміти:**

- ✓ розуміти систему адміністративних методів керівництва музичною культурою;
- ✓ визначати специфіку розвитку музичного менеджменту в сучасній Україні;
- ✓ володіти методами організації та проведення шоу – бізнесових проектів.

### 3. СТРУКТУРА ЗАЛІКОВОГО КРЕДИТУ КУРСУ

Тема	Кількість годин, відведених на:		
	лекції	практичні	самостійна робота
<b>МОДУЛЬ 1. Музичний менеджмент та його специфіка</b>			
<b>Змістовий модуль 1. Основи музичного менеджменту</b>			
<b>Тема 1.</b> Сутність, значення та особливості розвитку музичного менеджменту	2	-	2
<b>Тема 2.</b> Види і зміст управлінської діяльності.	2		2
<b>Разом</b>	4		4
<b>Загалом за Модуль 1</b>	4		4
<b>МОДУЛЬ 2. Особливості маркетингової діяльності в українському шоу-бізнесі</b>			
<b>Змістовий модуль 2. Шоу – бізнес як явище культури</b>			
<b>Тема 3.</b> Історія шоу – бізнесу в Україні	2		2
<b>Тема 4.</b> Маркетинг в шоу - бізнесі	2		2
<b>Тема 5.</b> Організація та проведення шоу – бізнесових проєктів	4	4	12
<b>Разом</b>	8	4	16
<b>Загалом за Модуль 2</b>	8	4	16
<b>Загалом за модулями</b>	12	4	20

## 4. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЗМІСТОВИХ МОДУЛІВ

### 4.1. Змістовий модуль 1 – 4 год.

Основи музичного менеджменту

**Тема 1.** Сутність, значення та особливості розвитку музичного менеджменту

Предмет, об'єкт, суб'єкт музичного менеджменту (2 год.)

Історія розвитку музичного менеджменту

Музичні організації як об'єкти управління

**Тема 2.** Види і зміст управлінської діяльності (2 год.)

Функції і технологія музичного менеджменту

Планування як загальна функція музичного менеджменту

Організування як загальна функція музичного менеджменту

Мотивування як загальна функція музичного менеджменту

Контролювання як загальна функція музичного менеджменту

Регулювання як загальна функція музичного менеджменту

### 4.2. Змістовий модуль 2 – 8 год.

Шоу – бізнес як явище культури

**Тема 3.** Історія шоу – бізнесу в Україні

Розвиток естрадного мистецтва в Україні до 1991 року (2 год.)

Естрада України в 1991 – 1994 роках

Період становлення в 1994 – 1997 роках

Розвиток шоу - бізнесу з 1997 року

**Тема 4.** Маркетинг у шоу - бізнесі (2 год.)

Значення терміну „маркетинг”

Функції маркетингу

Методи аналізу та сегментація ринку

Інформаційна база маркетингу

**Тема 5.** Організація та проведення шоу – бізнесових проєктів (4 год.)

Концертно – гастрольна діяльність

Музичні фестивалі та конкурси

Презентації та шоу - програми

## **5. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ (4год.)**

1. Організація та проведення музичних фестивалів і конкурсів
2. Організація та проведення концертно-гастрольної діяльності
3. Організація та проведення прес-конференцій та шоу-програм

### ***Література:***

*«СвоЯ музика» – Всеукраїнський музичний журнал. – Тернопіль, 2009.– № 1-12.*

### ***Інтернет-ресурси***

[www.shoowbiz.ru](http://www.shoowbiz.ru)

## **6. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ (20 год.)**

*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 в сфері індустрії розваг;  
інвестиції в музичному бізнесі;  
технічне оснащення концертної діяльності;  
звукорежисура і студійна робота;  
основи режисури і продюсування музичних кліпів.  
***Результати самостійної роботи будуть враховані під час оцінювання ІНДЗ.***

## **7. ІНДИВІДУАЛЬНА РОБОТА (ПРОЕКТ) (18 год.)**

По закінченні курсу «Музичного менеджменту і маркетингу» студент повинен самостійно розробити проект організації та проведення музичних фестивалів, конкурсів, презентацій, шоу – програм та ін.



## **8. 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.

### **8.1. Розподіл балів за модулями**

Модуль 1	Модуль 2	Модуль 3	Модуль 4		Сума
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	ІНДЗ	МК Р № 1	МК Р № 2	
15	15	10	30	30	100

### **8.2. 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**

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	Пояснення
90 - 100	відмінно	<b>A</b>	відмінне виконання
82 - 89	добре	<b>B</b>	вище середнього рівня
75 - 81	добре	<b>C</b>	хороша відповідь
67 - 74	задовільно	<b>D</b>	непогано
60 – 66	задовільно	<b>E</b>	відповідь по мінімуму
35- 59	незадовільно	<b>F</b>	повторне складання
0 - 34	незадовільно	<b>FX</b>	повторне вичення курсу

## **9. ДЖЕРЕЛА, РЕКОМЕНДОВАНІ ДЛЯ ОПРАЦЮВАННЯ**

### **Основна література**

1. Пошлавський М.М. Менеджер культури : Підручник. – К.: МП „Леся”, 1996. – 416 с.
2. Пошлавський М.М. Азбука Публік Рілейшзн: Підручник. – К., 1997. – 320с.
3. Пошлавський М.М. Менеджер шоу-бізнесу: Підручник. – К., 1999. – 560 с.
4. 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. Основи менеджменту. – К.: Академвидав, 2003. – 414с.

### **Інтернет-ресурси**

1. [www.shoowbiz.ru](http://www.shoowbiz.ru)

## **ПИТАННЯ НА ЗАЛІК**

1. Сутність, значення та особливості розвитку музичного менеджменту
2. Предмет, об'єкт, суб'єкт музичного менеджменту
3. Історія розвитку музичного менеджменту
4. Музичні організації як об'єкти управління
5. Види і зміст управлінської діяльності
6. Функції і технологія музичного менеджменту
7. Планування як загальна функція музичного менеджменту
8. Організування як загальна функція музичного менеджменту
9. Мотивування як загальна функція музичного менеджменту
10. Контролювання як загальна функція музичного менеджменту
11. Регулювання як загальна функція музичного 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
19. Значення терміну „маркетинг”
20. Функції маркетингу
21. Методи аналізу та сегментація ринку
22. Інформаційна база маркетингу
23. Організація та проведення шоу – бізнесових проєктів
24. Концертно – гастрольна діяльність
25. Музичні фестивалі та конкурси
26. Презентації та шоу - програм