

Учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по научной работе
БГУКИ

 В.Р.Языкович

18.11.06. 2019 г.

Регистрационный № УД-Уа/ зуч.

МЕНЕДЖМЕНТ КОНЦЕРТНО-ЗРЕЛИЩНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине
для специальности высшего образования II ступени
(магистратура)
1-20 80 01 Арт-менеджмент*

2019

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 1-20 80 01-2019 и учебного плана по специальности высшего образования II ступени (магистратуры) 1-20 80 01 Арт-менеджмент, рег. № С20-2-26/уч.18.04.2019

СОСТАВИТЕЛЬ:

Е.А.Макарова, профессор кафедры менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

А.Л. Коротеев, профессор кафедры духовой музыки учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат искусствоведения, доцент;

М.И. Козлович, проректор по учебной и научной работе частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М. Широкова», кандидат искусствоведения, доцент;

Р.И. Войтеховская, заместитель начальника отдела методического обеспечения деятельности клубных организаций государственного учреждения культуры смешанного типа «Республиканский центр национальных культур»

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 10 от 02.05.2019);

президиумом научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол №5 от 12.06.2019)

Ответственный за выпуск: *Е.А.Макарова*

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

«Менеджмент концертно-зрелищной деятельности» – учебная дисциплина для студентов высшего образования II степени (магистратуры) специальности «Арт-менеджмент».

Учебная программа по учебной дисциплине «Менеджмент концертно-зрелищной деятельности» составлена на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 1-20 80 01-2019 и учебного плана по специальности высшего образования II степени (магистратуры) 1-20 80 01 Арт-менеджмент, рег. № С20-2-26/уч.18.04.2019 года с учетом требований, предъявляемых к подготовке специалистов высшей квалификации на второй степени высшего образования.

Современная концертно-зрелищная сфера нуждается в специалистах нового формата, способных разрешать актуальные проблемы функционирования искусства в современном обществе. Концертно-зрелищная сфера развивается очень динамично и, разумеется, требует все большей дифференциации в подготовке специалистов, сориентированных на самостоятельную предпринимательскую деятельность по реализации музыкальных проектов, внедрению новых музыкальных технологий. Появление профессии арт-менеджера, продюсера, промоутера, тур – менеджера, концертного агента и т.д. – это ответ на потребности развития современной концертно-зрелищной сферы, что требует специальных образовательных программ подготовки квалифицированных кадров в соответствии с современными образовательными стандартами и согласно требованиям профессиональной деятельности в сфере культуры и искусств. Повышение роли концертов и зрелищ в культурной жизни современного общества вызывает необходимость более детального изучения концертно-зрелищной деятельности с точки зрения ее организационно-технологических основ.

Цель учебной дисциплины – формирование профессионального мировоззрения и методологических подходов, направленных на теоретическое осмысление и практическое исполнение задач по управлению концертно-зрелищными проектами в сфере искусства;

Основными задачами учебной дисциплины являются: систематизация и расширение теоретических знаний магистрантов о закономерностях развития концертно-зрелищной сферы; осмысление магистрантами методологических, теоретических и технологических сторон функционирования арт-менеджмента в сфере музыкального искусства.

В результате изучения данной учебной дисциплины магистрант должен *знать*:

- методологические, теоретические и технологические стороны функционирования арт-менеджмента в сфере музыкального искусства
- закономерности развития концертно-зрелищной сферы;

– различные виды и жанры музыкального искусства и концертно-зрелищной деятельности.

Магистрант должен *уметь*:

– использовать технологии арт-менеджмента в деятельности организаций сферы культуры и искусства

– выявлять социодинамику процессов в сфере культуры и искусства

– применять механизмы управленческой деятельности в сфере музыкальной культуры.

Магистрант должен *владеть* навыками:

– управления концертно-зрелищными проектами в сфере искусства;

– проектной деятельности в сфере искусства.

Освоение дисциплины призвано содействовать формированию готовности включения арт-менеджеров в поток сложных социокультурных процессов, происходящих в сфере концертно-зрелищной деятельности.

В рамках лекционных занятий очерчиваются общие тенденции развития музыкальной культуры, определяются методологические основы исследования музыкальных потребностей аудитории, раскрываются вопросы формирования музыкальных интересов различных категорий населения и возможности их удовлетворения через осуществление музыкальных проектов и программ.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста.

Дисциплина «Менеджмент концертно-зрелищной деятельности» является дисциплиной по выбору магистранта и входит в компонент учреждения высшего образования учебного плана по специальности «Арт-менеджмент».

Требования образовательного стандарта.

В соответствии с образовательным стандартом магистрант, освоивший содержание учебной дисциплины должен обладать следующими специализированными компетенциями:

СК-2 Владеть навыками вовлечения различных групп населения в процессы освоения, создания и распространения ценностей художественной культуры, уметь применять технологии концертно-зрелищной деятельности в реализации проектов

СК-4 Быть способным к разработке инновационных проектов в индустрии досуга.

Связи с другими учебными дисциплинами

Учебная дисциплина «Менеджмент концертно-зрелищной деятельности» связана с такими учебными дисциплинами учебного плана по специальности «Арт-менеджмент», как «Методология анализа феномена художественной культуры», «Методология разработки арт-проектов» и др.

Система подготовки специалистов к будущей профессионально-управленческой деятельности в сфере искусства и культуры в рамках учебной дисциплины направлена на обучение специальным знаниям, навыкам и умениям в области концертно-зрелищной практики. Единство методологических, теоретических и технологических подходов к

осмыслению арт-менеджмента позволят магистрантам приобрести необходимые знания, умения и навыки, а также определенный профессиональный опыт как основу профессионального мастерства.

В соответствии с учебным планом на изучение учебной дисциплины «Менеджмент концертно-зрелищной деятельности» всего предусмотрено 94 часа, из них 34 часа – аудиторные занятия, 60 часов – самостоятельная работа. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий в дневной форме обучения: лекции – 14 часов, семинарские занятия – 6 часов, практические занятия – 14 часов. Для заочной форме получения образования предусмотрено следующее распределение аудиторных часов: лекции – 6 часов, семинары и практические занятия – 4 часа. Рекомендуемая форма контроля знаний студентов – зачет.

Форма получения высшего образования.

Учебная дисциплина «Менеджмент концертно-зрелищной деятельности» изучается как по дневной, так и заочной форме получения образования. В соответствии с учебным планом данная учебная дисциплина изучается во втором семестре в дневной форме получения образования, по заочной форме получения образования – в третьем семестре.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение в учебную дисциплину «Менеджмент концертно-зрелищной деятельности»

Концертно-зрелищная деятельность как составляющая функционирования социума. Многообразие видов и форм концертно-зрелищной деятельности. Концертно-зрелищная программа как программа, предназначенная для зрительского просмотра, состоящая из совокупности концертных номеров.

Влияние научно-технического прогресса (НТП) на развитие концертно-зрелищной сферы. Концертно – зрелищная деятельность в структуре современной арт-индустрии. Концертно-зрелищная сфера как развивающаяся отрасль шоу-бизнеса.

Характеристика субъектов современной концертно-зрелищной деятельности.

Организация концертно-зрелищных программ как упорядочение составных элементов технологического процесса.

Компетенции арт-менеджера как специалиста концертно-зрелищной сферы. Актуальные направления профессиональной деятельности арт-менеджеров концертно-зрелищных предприятий.

Тема 2. Концертно-зрелищная деятельность в структуре современной музыкальной культуры

Музыка как вид искусства. Виды музыкальной деятельности человека: творчество, исполнительство, слушание и восприятие. Многообразие видов музыкального творчества. Восприятие музыки как сложный многоуровневый процесс. Состояние — настроение — эмоции — чувство как формы переживания слушателя музыки.

Понятие «музыкальная культура». Две системы музыкальной культуры: система искусства и его произведений; система учреждений, обеспечивающих условия производства, управления, распределения, распространения и потребления ценностей музыкальной культуры. Музыкальная культура – музыка вместе с ее ближайшим социальным контекстом, со всей совокупностью форм музицирования. Структура современной музыкальной культуры. Социальное функционирование музыкального искусства.

Музыкальная культура как объект воздействия и управления со стороны государственных, общественных, коммерческих структур и организаций. Функции управления как «блока» музыкальной культуры (рядом с производством, исполнительства, распространением и потреблением музыкально-художественных ценностей). Механизмы обеспечения социального функционирования музыкальной культуры: прогнозирование, планирование, координация, сопровождение, материально-техническое и финансовое обеспечение и т.д.

Концертно-зрелищная деятельность как составляющая современной музыкальной культуры. Функции концертно-зрелищных программ в современном социуме.

Тема 3. Типология концертов и концертно-зрелищных программ (Сущность концерта и концертно-зрелищной деятельности).

Этимология понятия «концерт». Сущность концерта и концертно-зрелищной деятельности. Концерт как сценическая форма существования искусства, как вид публичных выступлений, способ непосредственного общения артиста и публики. Концертное исполнительство как акт искусства. Концерт как один из наиболее распространённых видов зрелища, как массово-зрелищное мероприятие. Концертно-зрелищная программа как универсальная и всеобъемлющая форма культурно-досуговой деятельности. Концертно-зрелищная программа как совокупность концертных номеров, в которой присутствует массовость участников и зрителей.

Разновидности концертных программ; по целевому назначению; по месту проведения; по способу построения программ; в соответствии с направлениями музыки (жанровая принадлежность), по видам исполнения. Особенности театрализованного концерта. Классификация концертно-зрелищных мероприятий по признакам художественной формы.

Тема 4. О теории слушательских групп и типов слушателей

Социология музыки как наука о социальных законах функционирования музыки в общества. Цели и задачи социологии музыки. Сфера научных интересов эмпирической (конкретной, прикладной социологии музыки).

Становление теории слушательских групп и типов аудитории музыкального искусства как актуальная проблема отечественной социологии музыки и современного арт-менеджмента. Музыкальный интерес как устойчивое свойство личности, формирующееся и развивающееся в процессе музыкального воспитания. Типология музыкальных интересов аудитории и типология аудитории музыкального искусства.

Музыкальная потребность как ценностно-целевая установка личности на содержание и характер музыкальной деятельности. Уровни развития музыкальных потребностей аудитории: прикладной, познавательный, креативный, высшие музыкальные потребности и др.

Результаты конкретно-социологических исследований музыкальных интересов, потребностей, предпочтений образовательно-возрастных групп населения.

Тема 5. Концертно-зрелищная деятельность как объект государственного управления.

Инфраструктура концертно-зрелищной сферы в Беларуси. Общая характеристика организаций концертно-зрелищной сферы. Основные

направления деятельности ведущих концертных организаций. Концертно-зрелищная деятельность ведущих творческих коллективов Беларуси.

Законодательные акты и правовые инициативы в концертно-зрелищной деятельности Беларуси. Механизмы управления деятельностью государственных концертных организаций, принципы концертного менеджмента, применение новых технологий продвижения концертной продукции. Роль рекламных и PR-технологий в концертной практике. Деятельность коммерческих структур по реализации концертно-зрелищных проектов.

Реализация мероприятий, направленных на повышение качества подготовки культурно - зрелищных мероприятий и уровня исполнительского мастерства коллективов художественного творчества и исполнителей. Общая характеристика фестивальных и концертных проектов в сфере белорусского музыкального искусства.

Концертно-зрелищные проекты и музыкальные шоу-программы в деятельности белорусского телевидения. Интернет и концертно-зрелищная деятельность: пути взаимодействия.

Направления подготовки кадров для концертно-зрелищной сферы.

Тема 6. Арт-менеджмент концертно-зрелищных программ

Арт-менеджмент концертно-зрелищной деятельности как «профессиональное управление процессом создания художественных ценностей (материальных и духовных), продвижения на рынок культурных услуг результатов творческой деятельности авторов, режиссеров, исполнителей и организационных усилий коллектива организации» (по Г.Н.Новиковой).

Концертный номер как основа создания концертно-зрелищной программы. Структурные особенности концертного номера. Концертно-зрелищная программа как основная форма бытия концертного номера. Элементы технологического процесса подготовки концертно-зрелищной программы. Принципы составления концертно-зрелищных программ. Сценографические требования к организации концертно-зрелищной программы. Концертное зрелище как двусторонний процесс, объединяющий исполнение и восприятие. Менеджмент концертных и фестивальных мероприятий. Менеджер как субъект социокультурных процессов в концертно-зрелищной сфере. Компетенции арт-менеджера по организации и проведению концертных и концертно-зрелищных программ. Управленческие функции концертных агентов, персонал-менеджеров, бизнес-менеджеров, тур-менеджеров, импресарио (концертных промоутеров), продюсеров, саунд-продюсеров и др.

Роль рекламы и PR-технологий в продвижении концертно-зрелищных программ на рынок культурных услуг.

Тема 7. Концертно-зрелищные программы и зритель: маркетинговый подход

Маркетинг исполнительских искусств как комплекс специальных знаний арт-менеджера, необходимый для разработки и реализации стратегических маркетинговых программ. Основные цели маркетинга в сфере музыкального искусства.

Технологии маркетинговых исследований в определении целевой аудитории. Сегментация рынка музыкальной индустрии и концертно-зрелищных программ. Зрительские установки на контакт с явлениями музыкального искусства.

Формирование и удержание зрительской аудитории концертно-зрелищных программ. Концертные программы как вид рекреационного досуга. Концертно-зрелищное мероприятие как ивент-технология.

Маркетинговые технологии в реализации концертного проекта. Маркетинговые функции арт-менеджера в сфере концертно-зрелищной деятельности. Художественная коммуникация как эмоционально-символическое взаимодействие между артистом и зрителем. Концертно-зрелищная программа как специфическая форма коллективного единения, как механизм экономики символического обмена.

Тема 8. Продюсерство в сфере концертно-зрелищной деятельности

Арт – менеджмент как теоретическая база продюсерской деятельности. Арт-менеджер (импресарио, антрепренер, продюсер, концертный агент, промоутер, продакш-менеджер и др.) как специалист сферы концертно-зрелищной деятельности.

Структура музыкальной индустрии как пространства профессиональной деятельности продюсера. Концертно-зрелищная деятельность как сектор музыкальной индустрии. Концертно-зрелищная программа как продукт арт-индустрии.

Продюсер как предприниматель в сфере концертно-зрелищной деятельности. Продюсер как ключевая фигура в структуре концертного бизнеса. Музыкальное творчество и экономика как составляющие концертно-зрелищной деятельности продюсера. Основные направления: продюсерской деятельности в концертно-зрелищной сфере.

Функции продюсера в сфере концертно-зрелищной деятельности. Продюсер как концертный промоутер (импресарио). Основные задачи продюсера как тур-менеджера по организации концертно-гастрольной практики. Аспекты деятельности продюсера в структуре концертного агентства.

Музыкальный проект как формат профессиональной деятельности продюсера. Профессиональные технологии в сфере концертного бизнеса. Основные участники и партнеры продюсерского проекта. Правовое и организационное обеспечение концертного проекта.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Дневная форма получения образования

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов			Количество часов УСП	Форма контроля
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7
1.	Введение в учебную дисциплину «Менеджмент концертно-зрелищной деятельности»	2				
2.	Концертно-зрелищная деятельность в структуре современной музыкальной культуры	2				
3.	Типология концертов и концертно-зрелищных программ (Сущность концерта и концертно-зрелищной деятельности)	2		2		
4.	О теории слушательских групп и типов слушателей	2		2		
5.	Концертно-зрелищная деятельность как объект государственного управления	2				
6.	Арт-менеджмент концертно-зрелищных программ	2	4		6	Подготовка и защита 3 программ наблюдения
7.	Концертно-зрелищные программы и зритель: маркетинговый подход		4			
8.	Продюсерство в сфере концертно-зрелищной деятельности		4			
ВСЕГО:		12	12	4	6	

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Заочная форма получения образования

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов	
		Лекции	Практические занятия
1	2	3	4
1.	Введение в учебную дисциплину «Менеджмент концертно-зрелищной деятельности» Концертно-зрелищная деятельность в структуре современной музыкальной культуры	2	
2.	Типология концертов и концертно-зрелищных программ	2	
3.	Арт-менеджмент концертно-зрелищных программ. Концертно-зрелищные программы и зритель: маркетинговый подход	2	2
4.	Продюсерство в сфере концертно-зрелищной деятельности		2
ВСЕГО:		6	4

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная:

1. Алексеев-Яковлев, А.Я. Музыкальные фестивали/ А.Я. Алексеев-Яковлев. – М.: Веха, 2006. – 129 с.
2. Алемасова, Н. А. Франдрайзинг как способ реализации стратегий и финансовых целей в сфере музыкальной индустрии [Текст] / Н. А. Алемасова // Молодой ученый. – 2012. – №12. – С. 167-171.
3. Апфельбаум, Ф. Связи с общественностью в сфере исполнительских искусств / Ф. Апфельбаум. – М.: Классика -XXI, 2008. – 140с.
4. Белоблоцкий, Н. Маркетинг музыкальных фестивалей / Н.Белоблоцкий// Art-менеджер. – 2003.– № 2. – С.20-25
5. Бетехтин, В. Современная концертная организация: формы деятельности и пути развития/ В.Бетехтин// Справочник руководителя учреждения культуры. –2003.
6. Богданов, И.А. Постановка эстрадного номера. Учебное пособие/ И.А.Богданов. – Изд. 2-е, испр. и доп. – СПб.: Изд-во СПбГАТИ, 2013. – 331 с.
7. Войтковский, С. Б. Основы менеджмента и проектный менеджмент в искусстве/ С.Б.Войтковский. — Издательство: НАМ - ИЗДАТ, 2000. — 128 с.
8. Гласман, А.К. Формирование маркетинг-менеджмента в системе шоу-бизнеса : Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05/ А.К.Гласман. – СПб., 2001. – 197 с.
9. Дуков, Е.В. Современная концертная деятельность в зеркале статистики // Обсерватория культуры. – 2004. – № 4. – С. 31–37.
10. Жданова, Е.И. Основы промоутерской деятельности в музыкальном шоу–бизнесе: учеб. пособие / Е.И. Жданова, А.К. Акчурина, Н.В.Кротова. – М.: МГУКИ, 2002. – 170 с.
11. Кодекс Рэспублікі Беларусь аб культуры (ад 20 ліпеня 2016 г. № 413-3).
12. Колотурский, А. Концертное дело: формы существования в новой реальности/ А.Колотурский// Справочник руководителя учреждения культуры. – 2003. – №2. – С.13-21.
13. Корнеева, С. Как зажигают звезды. Технологии музыкального продюсирования / С. Корнеева. – СПб. : Питер, 2004. – 320 с.
14. Корнеева, С.М. Музыкальный менеджмент: учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Музыкальный менеджмент» / С.М.Корнеева. – М. :ЮНИТИ–ДАНА, 2006. – 303 с.

15. Котлер, Ф. Все билеты проданы: Стратегии маркетинга исполнительских искусств: /Ф. Котлер, Дж. Шефф. – Пер. с англ. – М.: Классика-XXI, 2004. – 688с.
16. Левко, О. Московская филармония: традиции и перспективы развития/ О.Левко// Арт–менеджер. Журнал для профессионалов. – М.: ЗАО "Холдинговая Компания " Блиц–Информ", 2002. – № 2. – С.40–42.
17. Липай, И. Концертно-театральная деятельность в музыкальной культуре Минска/ И.Липай // Мастацкая адукацыя і культура. – 2008. – № 1. – С. 18–21.
18. Лурье, А.С. Концерты и жанры концертной деятельности: Лекция/ А.С.Лурье. – М., 1994. – 24 с.
19. Лурье, А.С. Управление концертным делом/ А.С.Лурье. – М.: Литера-М, 2008. – 62 с.
20. Лэтроп, Т. Промоушн музыкальных проектов// Т. Лэтроп, Д. Петтигрю// Art- менеджер. – 2004. – № 1. – С.38-42.
21. Мазура, В.Я. Здабыткі і праблемы сучаснага беларускага эстраднага мастацтва і шляхі развіцця айчыннага шоу-бізнесу (Па матэрыялах рэспубліканскага друку за 1999 —2001 гг.) / В.Я. Мазура //Аператыўная інфармацыя па праблемах культуры і мастацтва. – Мн.:, 2002. – Вып. 5.
22. Мазуро, О.Е. Тенденции и проблемы организации концертного дела и концертно-зрелищного обслуживания населения в современных условиях(По материалам белорусской и российской печати) /О.Е.Мазуро// Национальная библиотека Беларуси [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: <http://old.nlb.by/press/upload/852.pdf>. – Дата доступа: 16.03.2015.
23. Макарава, А.А. Менеджмент у сферы музычнай культуры: праграма курса/А.А.Макарава. – Мінск: УП "ІВЦ Мінфіна", 2004. – 38 с.
24. Макарова, Е.А. Теория и технологии арт–менеджмента: науч.–метод. пособие / Е. А. Макарова. – Минск: ГУО «Институт культуры Беларуси», 2013. –131 с.
25. Мойсейчук, С.Б. Режиссура культурно–досуговых программ: учебн.–метод. пособие / С. Б. Мойсейчук. – Минск: Беларус.гос.ун–т культуры и искусств, 2011. – 99 с.
26. Новикова, Г. Н. Технологии арт–менеджмента: учеб.пособие/ Г.Н. Новикова. – М.: Издательский Дом МГУКИ, 2006. – 178 с.
27. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера: учебник для вузов/ под ред. Г.П.Иванова, П.К.Огурчикова, В.И.Сидоренко.- М.:Юнити-Дана,2003.-719с.
28. Пассман, Д. Все о музыкальном бизнесе/Дональд Пассман; Пер. с англ. – М.:Альпина бизнес Букс, 2009. – 420 с.
29. Переверзев, М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусства: Учеб. Пособие / М.П.Переверзев, Т.В. Косцов; Под. ред. М.П. Переверзева. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 192 с.

30. Пригожин, И.И. Политика – вершина шоу–бизнеса/ И.И. Пригожин. – М.:Алкигамма, 2001. – 320 с.

31. Рекомендации по проектированию концертных залов [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.znaytovar.ru/gost/2/Rekomendacii>. – Дата доступа: 10.03.2015 г.

32. Рубб, А. А. Теория и практика эстрадной режиссуры/ А.А.Рубб. – М., 1994. – 124 с.

33. Рубб, А.А. Феномен эстрадной режиссуры: Опыт исслед./ А.А. Рубб. – М.: Луч, 2001. – 230 с.

34. Суминова, Т.Н. Арт–менеджер в коммуникативной системе современной арт–индустрии/ Т.Н.Суминова// Весник МГУКИ. – 2014. – №2 (58). – С.169 – 173.

35. Щербакова, И В. Как стать успешным промоутером. Концертный бизнес в России: Учебное пособие/ И В Щербакова, И. Бортнюк. – Питер, 2011. – 192 с.

Дополнительная:

1. Бабкова, С. Артисты и продюсеры: сотрудничество или конфликт?/ С.Бабкова// Арт–менеджер. Журнал для профессионалов. – М.: ЗАО "Холдинговая Компания " Блиц–Информ", 2002. – № 3. – С.7– 10.

2. Барабаш, Г.П. Организация музыкальных праздников/ Г.П.Барабаш. – М.: Знание, 2006. – 212с.

3. Борисов, С. К. Основы драматургии театрализованного действия: учеб. пособие /С. К. Борисов. – 4-е изд. – Челябинск: Челяб. гос. акад. культуры и искусств, 2011. – 207 с.

4. Викторов, А. Начинаем эстрадный концерт /А. Викторов. –М.: Знание, 1974. – 47 с.

5. Горюнова, И.Э. Режиссура массовых театрализованных зрелищ и музыкальных представлений: Лекции и сценарии/ И.Э.Горюнова. – СПб.: Композитор*Санкт-Петербург, 2009. – 208 с.

6. Жарков, А.Д. Социально-культурные основы эстрадного искусства: история, теория, технология: учеб. пособие для вузов культуры и искусств / А.Д. Жарков. – М.: МГУКИ, 2004. – 215 с.

7. Жданова, Е. И. Управление и экономика в шоу-бизнесе: учеб.пособие / Е.И. Жданова, С.В. Иванов, Н.В. Кротова. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 176 с.

8. Лурье, А.С. Специфика концертной деятельности. Лекция/ А.С.Лурье. – М.: РАТИ,1996. – 21 с.

9. Марков, О.И. Сценарно-режиссерские основы художественно-педагогической деятельности клуба / О.И. Марков. – М.: Просвещение, 1988. – 156 с.

10. Михайлов, Л.Н. Создание современного эстрадного зрелища: автореф.дис....канд. искусствоведения: 17.00.01/ Л.Н. Михайлова. – М., 2007. – 30с.

11. Организаторы концертов смогут давать рекламу только после получения "гастролек"//TUT.BY [Электронный ресурс]. –2014. – Режим доступа: <http://news.tut.by/culture/396870.html>. – Дата доступа: 09.02.2015.].

12. Чередникова, А.А. Организационно-технологические основы реализации музыкальных шоу-программ (на примере MOVE FORWARD ASSOCIATION)/ Чередникова А.А. //Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2014. – № 5-1. –С. 37-40.

13. Шароев, И.Г. Режиссура эстрады и массовых представлений: Учебн. для высш. театр, учеб.заведений / И.Г. Шароев.– М.: РАТИ ГИТИС, 2009. – 336с.

14. Шоу–бизнес Беларуси, 2013:справочник / сост. Воронина Т. [и др].– Минск: ООО «Мэджик», 2012. – 276 с.

15. Шубина, И.Б. Драматургия и режиссура зрелища: игра, сопровождающая жизнь: учеб.-метод. пособие / И.Б. Шубина. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 288 с.

Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине «Менеджмент концертно-зрелищной деятельности»

Самостоятельная работа студентов II ступени высшего образования является частью образовательного процесса и выступает в качестве стимулирующего средства развития их готовности к профессиональному самообразованию, а также приобретению знаний и навыков, соответствующих компетентностному подходу к структуре высшего профессионального образования –квалификации магистра.

Самостоятельная работа магистранта направлена на систематизацию и закрепление полученных углубленных теоретических знаний и практических умений, формирование навыков самостоятельного решения практических задач.

Самостоятельная работа магистрантов по данной дисциплине предполагает использование таких ее форм, как конспектирование лекций, контент-анализ публикаций по проблемам арт-менеджмента и продюсерской деятельности; анализ практики проведения концертно-зрелищных мероприятий (программ наблюдения). Самостоятельная работа студентов направлена на развитие у студентов навыков поиска необходимой информации из литературных источников и освоение методов ее получения. Так, для выполнения заданий по самостоятельной работе определен метод контент-анализа литературных источников, на основании которого каждым студентом осуществляется написание реферата, посвященного наиболее актуальным проблемам становления арт-менеджмента в сфере концертно-зрелищной деятельности, написание рефератов по выбранной теме, посвященной проблемам менеджмента, продюсерства, маркетинга в сфере белорусского музыкального искусства.

Управляемая самостоятельная работа предполагает выполнение и публичную защиту задания по предлагаемой программе наблюдения (3 концертно-зрелищные программы в разных видах и жанрах музыкального искусства).

Перечень рекомендуемых средств диагностики знаний магистрантов по учебной дисциплине «Менеджмент концертно-зрелищной деятельности»

Оценка и диагностика достижений магистрантов выполняется поэтапно и может включать следующие основные средства:

- фронтальная беседа в ходе лекции;
- устный опрос во время семинарских занятий;
- подготовка выступлений с докладами по выбранной проблематике;
- подготовка мультимедийных презентаций полученных результатов самостоятельной работы;

- творческие задания, связанные с анализом просмотренных концертных программ различных жанров;
- проблемно-поисковая работа в группах;
- решение ситуативных задач;
- участие в научно-исследовательской деятельности;
- итоговый контроль в форме зачета.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ