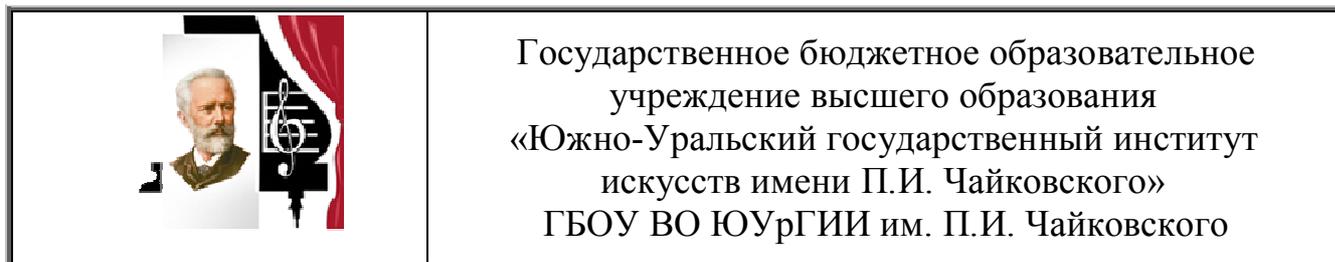


Министерство культуры Челябинской области



Рабочая программа
В.03 МЕНЕДЖМЕНТ НА ЭСТРАДЕ
ВАРИАТИВНАЯ ЧАСТЬ УЧЕБНЫХ ЦИКЛОВ ШССЗ

по специальности 53.02.02 Музыкальное искусство эстрады
Эстрадное пение

Квалификация: артист, преподаватель, руководитель эстрадного коллектива

Уровень образования – среднее профессиональное
Нормативный срок обучения – 3 года 10 месяцев

Рабочая программа В.03 Менеджмент на эстраде разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 53.02.02 Музыкальное искусство эстрады Эстрадное пение.

Разработчик: Н.Г. Риккер, преподаватель

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ Менеджмент на эстраде.....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ. Менеджмент на эстраде.....	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ Менеджмент на эстраде	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ. Менеджмент на эстраде.....	12
5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ.....	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ В.03 Менеджмент на эстраде

1.1 Область применения рабочей программы

Рабочая программа дисциплины Менеджмент на эстраде является частью основной профессиональной образовательной программы – программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 53.02.02 Музыкальное искусство эстрады Эстрадное пение. Данный курс предусматривает обучение технологиям проектирования, планирования и руководства проектами и программами в области эстрадного менеджмента, что необходимо для дальнейшей практической самостоятельной деятельности будущего профессионального вокалиста эстрады.

1.2 Место В.03 Менеджмент на эстраде в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Менеджмент на эстраде является составной частью вариативного модуля учебных циклов ППССЗ. Данный междисциплинарный курс направлен на освоение следующих общих компетенций (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК6. Работать в коллективе, обеспечивать его сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством.

ОК7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК1.2.Осуществлять музыкально-исполнительскую деятельность в составе ансамблевых, оркестровых джазовых коллективов в условиях театрально-концертных организаций.

ПК 1.4. Применять в исполнительской деятельности технические средства звукозаписи, вести репетиционную работу и запись в условиях студии.

ПК 1.7. Овладевать культурой устной и письменной речи, профессиональной терминологией.

ПК 3.1. Исполнять обязанности руководителя эстрадного, эстрадно-джазового творческого коллектива.

ПК 3.2. Организовывать репетиционную и концертную работу, планировать и анализировать результаты своей деятельности.

ПК3.4.Использовать знания методов руководства эстрадным, эстрадно-джазовым коллективом и основных принципов организации его деятельности.

1.3. Цели и задачи МДК, требования к результатам освоения курса

Целями курса являются

- формирование целостной системы знаний в области эстрадного менеджмента;
- знакомство с важнейшими положениями эстрадного менеджмента как современной практики управления коллективом, проектом, организацией;
- обучение процессу создания конкурентно-способного бренда (имени) эстрадного исполнителя, коллектива, проекта;
- обучение методам и способам продвижения бренда в условиях шоу-бизнеса.

Задачами курса являются:

- формирование комплекса знаний по менеджменту на эстраде (терминологический аппарат, законодательство РФ в области авторского и смежного права, организационно-экономические условия);
- воспитание способности ориентироваться на современном музыкальном рынке;
- обучение технологиям проектирования, планирования и руководства проектами и программами в области эстрадного менеджмента;
- обучение организации и проведению концертных, презентационных и досуговых мероприятий;
- обучение технологиям привлечения финансовых средств из различных источников; технологиям маркетинга в сфере музыкального искусства.

В результате освоения курса студент должен:

уметь:

- ориентироваться на современном музыкальном рынке;
- принимать управленческие решения в соответствие с современной исторической и общественно-экономической ситуацией;
- организовывать и проводить концертные, презентационные и досуговые мероприятия;

знать:

- терминологию менеджмента на эстраде;
- нормативно-правовые основы и организационно-экономические условия менеджмента на эстраде;
- исторические особенности формирования и развития, современную ситуацию в музыкальном шоу-бизнесе Европы, США, России;
- технологии проектирования, планирования и руководства проектами и программами в области эстрадного менеджмента;
- технологии привлечения финансовых средств из различных источников;
- технологии маркетинга в сфере музыкального искусства.

1.4. Количество часов на освоение программы В.03

Занятия по В.03 Менеджмент на эстраде проводятся в ходе VII семестра. Максимальная учебная нагрузка составляет 54 час. Из них – 36 часов проводятся в форме обязательных учебно-практических аудиторных мелкогрупповых занятий под руководством преподавателя, 18 часов – в форме самостоятельной работы студента.

Объем времени на изучение программы увеличен на 36 часов за счет времени Вариативной части ППСЗ с целью получения целостной системы знаний в области эстрадного менеджмента, которая включает знание законодательства РФ в области авторского и смежного права, знание технологий проектирования, планирования и руководства проектами и программами в области эстрадного менеджмента, технологий организации и проведения концертных, презентационных и досуговых мероприятий, технологии привлечения финансовых средств из различных источников, технологии маркетинга в сфере музыкального искусства.

2. Структура и содержание учебной дисциплины

2.1. Объем программы, виды учебной работы и формы отчетности

Семестр	VII
Аудиторные мелкогрупповые занятия в часах	36
Самостоятельная работа обучающегося	18
Формы отчетности	Контрольный урок

В процессе обучения студентов в аудитории предусматриваются следующие формы и виды учебной работы:

- изучение терминологии менеджмента на эстраде;
- изучение нормативно-правовых основ и организационно-экономических условий менеджмента на эстраде;

- изучение истории развития и современной ситуации в зарубежном и отечественном музыкальном шоу-бизнесе;
- изучение технологий проектирования, планирования и руководства проектами и программами в области эстрадного менеджмента;
- изучение технологий организации и проведению концертных, презентационных и досуговых мероприятий;
- изучение технологий привлечения финансовых средств из различных источников; технологиям маркетинга в сфере музыкального искусства.

2.2. Тематическое планирование

Семестр	Содержание учебного материала	Объем часов
VII	Введение в курс «Менеджмент на эстраде»	1
	Возникновение и развитие музыкального шоу-бизнеса. Становление эстрадного менеджмента за рубежом. Российский эстрадный менеджмент.	2
	Административная деятельность театрально-зрелищных предприятий.	3
	Творческо-производственная деятельность театрально-зрелищных предприятий.	3
	Нормативно-правовые основы арт-менеджмента.	2
	Профессиональные функции и направления деятельности менеджера на эстраде.	2
	Фандрайзинг.	2
	Понятие и сущность продюсирования.	2
	Проектный менеджмент.	4
	Хитмэйкинг. Клипмэйкинг.	2
	Промоушн в сфере арт-индустрии	2
	Студия грамзаписи как звено музыкального шоу-бизнеса	2
	Эстрадный имидж исполнителя	1
	Виды и классификация ночных клубов	1
	Технологии организации шоу-программ	2
	Менеджмент гастрольной деятельности	2
	Реклама в сфере арт-менеджмента.	2
Контрольный урок.	1	
		36

2.3. Содержание В.03 Менеджмент на эстраде.

Введение в курс «Менеджмент на эстраде». Определение понятий «арт-менеджмент», «менеджмент на эстраде». Структура арт-индустрии. Виды административно-правовой определенности организаций музыкальной индустрии, специфика управленческой деятельности в них.

Становление эстрадного менеджмента за рубежом. Возникновение и развитие музыкального шоу-бизнеса. Зарождение эстрады в искусстве древних Египта, Греции. Элементы эстрады присутствовали в представлениях странствующих артистов Средневековой Европы. Трубадурское движение во

Франции (конец XI в.). Популярность тетра в европейском искусстве 18 века. Дивертисменты. Кабаре. Оперетта. Развитие джаза: джаз, как часть культуры клубов. Распространение джаза в странах Европы. XX в. - становление рок-музыки. Рок-оперы - музыкально-драматический жанр на основе стилистики рок-н-ролла. Поп-рок-музыка как объект шоу-бизнеса за рубежом, сочетающая все направления эстрадного искусства.

Российский эстрадный менеджмент. Структура музыкальной отрасли в СССР. Влияние рок-музыки на развитие отечественной арт-индустрии в 60-70-е гг. 20 века. Молодёжная культура. Специфика рок-концерта. Возникновение шоу-бизнеса в России в постперестроечный период. Изменение социального состава зрительской аудитории. Становление профессиональных объединений ведущих компаний-производителей арт-продукции.

Административная деятельность театрально-зрелищных предприятий. Управление как особый вид деятельности. Основные структурные элементы управления: планирование, организация, мотивация, контроль. Менеджмент в сфере искусства как особая область знаний, помогающая осуществить функции руководства процессом создания художественных ценностей (материальных и духовных). Продвижение на рынок культурных услуг результатов творческой деятельности авторов, режиссеров, исполнителей и т.д. Структурные принципы организации театрально-зрелищных предприятий. Организационные формы театрально-зрелищного предприятия. Характеристика управленческих ролей арт-менеджера. Практическое занятие – деловая игра «Администрирование театрально-концертного проекта».

Творческо-производственная деятельность театрально-зрелищных предприятий. Понятие «план творческо-производственной деятельности», его структура. Этапы планирования творческо-производственной деятельности. Принципы творческо-производственной деятельности. Понятие «театральный организм», его структура. Роли артистически-творческого персонала, обслуживающего персонала, разделение их функциональных задач. Проблема привлечения зрительской аудитории. Формирование репертуарной политики коллектива. Практическое занятие – ролевая игра «Создание театрально-концертного проекта. (Творческий аспект)».

Нормативно-правовые основы арт-менеджмента. Охрана интеллектуальной собственности как важнейшее направление деятельности арт-менеджера. Развитие законодательства России в сфере культуры и искусства. Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах». Физические и юридические лица. Контрафактные товары. Гражданско-правовые и иные меры защиты авторских и смежных прав. Порядок присвоения защитного идентификационного знака продукции арт-индустрии. Правовые основы реализации и контроль над распространением продукции арт-индустрии. Деятельность органов надзора, межведомственной комиссии по координации производства и распространения продукции арт-индустрии. Собственность (учредительство) – создание и деятельность собственной сети учреждений

культуры. Финансирование - выделение средств из федерального и местных бюджетов на содержание государственных учреждений культуры и на реализацию «госзаказа» – программ и проектов.

Профессиональные функции и направления деятельности менеджера на эстраде. Специализации арт-менеджера. Профессиональные функции руководителя в сфере музыкальной-индустрии. Художественный аспект деятельности арт-менеджера. Организационный аспект. Организация гастрольных туров. Маркетинговый аспект. Финансовый аспект. Нормативно-правовой аспект. Практическое занятие – коллоквиум.

Фандрайзинг. Определение фандрайзинга. Организационное и техническое обеспечение фандрайзинга. Планирование фандрайзинговой кампании. Информационное обеспечение фандрайзинга. Формирование пакета документов. Виды и размеры возможных субсидий. Спонсорский пакет. Специфика фандрайзинга в музыкальной индустрии. Анализ эффективности фандрайзинга.

Понятие и сущность продюсирования. Понятие «продюсирование». Распространение этого понятия на постановку спектаклей, мюзиклов, театральных представлений. Продюсер как предприниматель, осуществляющий творческий и производственный процесс, финансирование проекта. Продюсер как специалист, обеспечивающий руководство наймом творческого и технического персонала, обеспечивающий контроль исполнения проекта. Продюсер как соавтор. Условия продюсерской деятельности. Задачи продюсирования. Функции продюсирования. Компоненты организации продюсерской деятельности. Практическое занятие – семинар.

Проектный менеджмент. Структура создания музыкального проекта. Этапы музыкального проекта. Критерии отбора исполнителя. Организационный штат проекта: творческий состав, менеджерский состав. Бизнес-план проекта. Условия окупаемости проекта. Возможные учредители проекта. Циклы функционирования творческого проекта. Практическое занятие – семинар.

Хитмэкинг. Клипмэйкинг. Оценка коммерческой успешности музыкального произведения. Продвижение музыкального материала. Технология клипмейкерства. Бюджет видеоклипа. Выбор творческого состава, студии. Процесс съёмки. Практическое занятие – коллоквиум.

Промоушн в сфере арт-индустрии. «Промоушн» как продвижение определенного «творческого продукта» индустрии развлечений. Виды «творческой продукции». Задачи промоутеров. Промо-план. Информационное обеспечение «промоушна». Типичная модель промоутерской фирмы в музыкальной индустрии. Основные этапы продвижения продукции музыкальной индустрии на рынок услуг. Основные функции промоутерской деятельности. Практическое занятие – деловая игра «Продвижение проекта».

Студия грамзаписи как звено музыкального шоу-бизнеса. Студия грамзаписи – переложение музыкального материала на звукозаписывающее

устройство. Значение грамзаписи в расширении популярности исполнителей и рекламировании творчества эстрадного артиста. Звукозаписывающая промышленность в Советском союзе. Рост частных студий звукозаписи в постперестроечное время. Современное состояние звукозаписи в России. Классификация студий звукозаписи. Перечень предоставляемых услуг студии звукозаписи. Рекординг. Взаимодействие саунд-продюсера, звукоинженера и исполнителя. Мастеринг.

Эстрадный имидж исполнителя. Понятие «имидж». Классификация имиджа. Структура имиджа. Имиджевая символика. Специфика образа эстрадного исполнителя. Особенности и принципы построения имиджа эстрадного исполнителя. Технологии поиска эстрадного образа. Профессиональная деятельность имиджмейкеров. Технология имиджирования. Имидж-стратегия. Имидж корпорации. Имидж-информация в Интернете. Практическое занятие.

Виды и классификация ночных клубов. Понятие «ночной клуб». Цели и задачи деятельности ночных клубов. Вариативность классификации ночных клубов. Характер досуговой деятельности ночного клуба. Функции ночного клуба. Принципы организации ночного клуба. Специфика программы ночного клуба.

Технологии организации шоу-программ. Понятие «шоу». Кратко об истории зрелищных представлений. Виды современных шоу-программ. Принципы построения и технологические этапы создания шоу-программ. Новейшее техническое оборудование современного шоу. Номер как структурная единица шоу. Необходимые требования к постановке номера. Логика построения сборной программы с учетом условий зрительского восприятия. Масштабность программы. Виды концеранса шоу-программы. Практическое занятие.

Менеджмент гастрольной деятельности. Понятие «гастроли». Цель гастрольных программ. Условия организации и проведения гастрольных концертов. Разделение организационных затрат между концертной организацией и организатором. Аспекты деятельности концертных агентств в организации гастрольных туров. Факторы прямого и косвенного воздействия на организацию гастролей. Основные составляющие типового договора между субъектами гастрольного тура. Понятие технического райдера. Специфика гастрольных туров.

Реклама в сфере арт-менеджмента. Понятия «реклама», «рекламная кампания». Признаки рекламной кампании. Объекты рекламирования. Виды рекламных кампаний по целевой установке в сфере музыкального шоу-бизнеса. Продолжительность и масштаб рекламной кампании. Источники финансирования рекламной кампании. Инструменты рекламы в музыкальном шоу-бизнесе. Специфика рекламы начинающего и продвинутого исполнителя. Медиапланирование и его цели. Практическое занятие.

Контрольный урок.

(Список тем практических занятий приведён в Приложении 1)

3. Условия реализации программы

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы требует наличия учебных кабинетов для мелкогрупповых занятий.

Оборудование кабинета: доска, стулья, стол.

Технические средства обучения: переносная аудио и видео аппаратура, компьютер.

3.2. Информационное обеспечение программы

Основные источники

1. Воротной, М.В. Менеджмент музыкального искусства [Электронный ресурс] / М.В.Воротной. – Санкт - Петербург : Лань, Планета музыки, 2013. — 256 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/30433> —
2. Кадырова, С.В. Self-management в сфере культуры и искусства. [Электронный ресурс] / С.В. Кадырова, Е.А. Немцева, Г.Л. Тульчинский.- Санкт - Петербург : Лань, Планета музыки, 2013. — 224 с.- Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/13241>
3. Тульчинский, Г.Л. Маркетинг в сфере культуры [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. – Санкт - Петербург : Лань, Планета музыки, 2017. — 496 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/91249>
4. Тульчинский, Г.Л. Менеджмент в сфере культуры [Электронный ресурс] / Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. – Санкт - Петербург : Лань, Планета музыки, 2013. — 544 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/13880>

Дополнительные источники

1. Андрущенко, Е.Ю. Менеджмент в сфере академической музыкальной культуры и современные event-технологии [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие /Е.В.Андрущенко. – Санкт - Петербург : Лань, Планета музыки, 2017. — 84 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/91855>
2. Мошков, К.В. Индустрия джаза в Америке. XXI век [Электронный ресурс] / К.В. Мошков. – Санкт - Петербург : Лань, Планета музыки, 2013. — 640 с.- Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/13242>
3. Ульяновский, А.В. Реклама в сфере культуры [Электронный ресурс] / А.В.Ульяновский. - Санкт - Петербург : Лань, Планета музыки, 2012. — 520 с. - Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/3807>

4. Шекова, Е.Л. Управление учреждениями культуры в современных условиях [Электронный ресурс] / Е.Л.Шекова. – Санкт - Петербург : Лань, Планета музыки, 2014. — 416 с.- Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/41022>

4. Контроль и оценка результатов освоения В.03 Менеджмент на эстраде

Результаты обучения	Коды формируемых профессиональных и общих компетенций	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умеет:		
ориентироваться на современном музыкальном рынке;	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ОК 8; ОК 9; ПК 3.2.	Семинар Контрольный урок
принимать управленческие решения в соответствие с современной исторической и общественно-экономической ситуацией;	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 6; ОК 7; ОК 9; ПК 3.1; ПК 3.2.	Практические мелкогрупповые занятия Семинар Контрольный урок
организовывать и проводить концертные, презентационные и досуговые мероприятия;	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 6; ОК 7; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.4.	
Знает:		
терминологию менеджмента на эстраде;	ОК 5; ПК 1.7.	Контрольный урок
нормативно-правовые основы и организационно-экономические условия менеджмента на эстраде;	ОК 3; ОК 4; ОК 9; ПК 1.2; ПК 3.1; ПК 3.4.	Контрольный урок
исторические особенности формирования и развития, современную ситуацию в музыкальном шоу-бизнесе Европы, США, России;	ОК 1; ОК 4; ОК 9; ПК 1.7.	Контрольный урок
технологии проектирования, планирования и руководства проектами и программами в области эстрадного менеджмента;	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 9; ПК 1.2; ПК 3.1; ПК 3.4.	Практические мелкогрупповые занятия Семинар Контрольный урок
технологии привлечения финансовых средств из различных источников;	ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ПК 3.4.	Семинар Контрольный урок
технологии маркетинга в сфере музыкального искусства.	ОК 2; ОК 4; ОК 5; ОК 9.	Семинар Контрольный урок

5. Методические рекомендации

5.1. Методические рекомендации для преподавателей

В процессе освоения В.03 Менеджмент на эстраде обучающиеся готовятся к самостоятельной практической исполнительской деятельности. Для адаптации будущего эстрадного вокалиста, руководителя эстрадного коллектива в условиях рыночной экономики и шоу-бизнеса, высококонкурентной среды в сферах культурно-просветительской и культурно-досуговой отрасли. В задачи междисциплинарного курса входит формирование целостной системы знаний в области эстрадного менеджмента: изучение терминологии, законодательства РФ в области авторского и смежного права, организационно-экономических условий.

Программа призвана воспитать в обучающемся способность ориентироваться на современном музыкальном рынке, обучить технологиям проектирования, планирования и руководства проектами и программами, методологией взаимодействия с различными концертными и культурно-досуговыми организациями, технологиям привлечения финансовых средств из различных источников; технологиям маркетинга в сфере музыкального искусства.

Рабочая программа В.03 Менеджмент на эстраде представляет собой теоретический курс, который включает в себя лекционные и семинарские занятия. В соответствии с требованиями ФГОС СПО реализация компетентного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных интерактивных форм проведения занятий (лекции-визуализации, деловые и ролевые игры, разбор конкретных ситуаций) в сочетании с внеаудиторной работой (посещение мастер-классов, концертов, тренингов) с целью закрепления изученного материала, более углубленного изучения отдельных тем курса, а в конечном счете, формирования и развития профессиональных навыков будущего менеджера эстрады.

К числу специальных знаний, умений и навыков, которые должен приобрести студент относятся:

- способность ориентироваться на современном музыкальном рынке;
- знание терминологии менеджмента на эстраде;
- знание нормативно-правовых основ и организационно-экономический условий музыкального рынка;
- знание исторических особенностей формирования и развития, современной ситуации в музыкальном шоу-бизнесе Европы, США, России;
- умение принимать управленческие решения в соответствие с современной исторической и общественно-экономической ситуацией;
- знание технологий проектирования, планирования и руководства проектами и программами в области эстрадного менеджмента;
- умение организовывать и проводить концертные, презентационные и досуговые мероприятия;
- знание технологий привлечения финансовых средств из различных источников;
- знание технологии маркетинга в сфере музыкального искусства.

Основой программы являются лекционные занятия, которые преподаватель читает в соответствии с учебным планом и рабочей программой курса.

Практические занятия переводят учебный процесс в прикладное русло, позволяя выработать необходимые профессиональные навыки и компетенции. В связи с этим практические занятия желательно строить в разных формах:

- 1) обучающий семинар, для которого студенты готовят устные доклады, рефераты, сообщения по теме занятия;
- 2) коллоквиум – обсуждение темы в диалоге студентов и преподавателя;
- 3) деловые и ролевые игры, которые помогут смоделировать будущие возможные ситуации, возникающие в процессе профессиональной деятельности. На таких играх студентам предлагается:

- выступить в роли менеджера, администратора проекта, маркетолога, руководителя рекламной компании, продюсера, клипмейкера, стилиста.

- обращаясь к опыту российского и зарубежного музыкального шоу-бизнеса, придумать собственные проекты: организация концерта, фестиваля, съёмки музыкального клипа, запись альбома.

- смоделировать возможные пути реализации проекта в административной и творческой частях.

Форма ролевой/деловой игры способствует развитию чувства команды, навыков партнёрских отношений, учит грамотному распределению трудовых, временных и финансовых ресурсов.

В выполнении заданий на практических занятиях должны поощряться нестандартный, творческий подход к раскрытию темы, обращение к собственному исполнительскому и организационному опыту (если он имеется), к примерам из мировой практики эстрадного менеджмента.

Немаловажно нацелить студента на детальную проработку проекта, который он представляет/защищает на практическом занятии, на серьёзный и продуманный подход в освоении темы. Это поможет воспитать в обучающемся важное для шоу-бизнеса (как и для любого другого вида бизнеса) чувство ответственности за проект, которая подразумевает юридический, этический и финансовый аспекты.

Важно научить студента комплексному восприятию проекта, как продукта коллективного труда (артиста, менеджера, продюсера, звукорежиссёра и др.). Особый акцент необходимо сделать на планировании:

- научить чётко обозначать подготовительный, производственный и финальный этапы проекта,

- воспитать способность оценивать коммерческий потенциал проекта и его возможную целевую аудиторию (потребителя).

Стоит постоянно обращать внимание обучающихся, что потребители продукта шоу-бизнеса (посетитель концерта, покупатель музыкального альбома и т.д.), так же как и различные деятели шоу-бизнеса, входят в так называемое «сообщество заинтересованных лиц» музыкального рынка.

Оценка знаний, полученных студентами осуществляется на контрольном уроке. Наиболее эффективной формой его проведения представляется опрос студентов по билетной системе.

5.2. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

Объем –18 часов

Цели и задачи самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов является частью учебного процесса и осуществляется как в его рамках, так и во внеурочной работе, заключается в изучении основной и дополнительной литературы по программе МДК, созданию собственных проектов, рефератов, докладов, посещении мастер-классов, концертов, тренингов.

Цель самостоятельной работы – сформировать у студентов целостную систему знаний в области эстрадно-музыкального менеджмента; раскрыть важнейшие положения арт-менеджмента как современной практики успешного управления организацией.

Задачи – научить самостоятельному анализу полученных знаний курса, освоить литературу по курсу, овладеть терминологическим аппаратом эстрадно-музыкального менеджмента и его нормативно-правовыми основами, изучить организационно-экономические условия музыкального менеджмента.

Самостоятельная работа выполняется по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Преподаватель должен четко формулировать задание, определять его объем, возможности достижения необходимого результата. Самостоятельная работа учащегося должна быть нацелена на выполнение основных требований данного курса.

Формы самостоятельной работы студентов.

1. Самостоятельное конспектирование тем;
2. Подготовка и написание рефератов, исследовательских работ, докладов, эссе.
3. Подготовка к практическим занятиям, которая включает в себя:
 - изучение учебной, справочной, исторической литературы, которую преподаватель рекомендует для подготовки по определенной теме;
 - изучение интернет-ресурсов по теме на русском языке. Если студент владеет английским или др. языками, изучение электронных ресурсов на иностранных языках;
 - составление глоссария по темам курса;
 - подготовка проекта на заданную тему.



Государственное бюджетное **образовательное учреждение высшего образования**
«Южно-Уральский государственный институт искусств имени П.И. Чайковского»
ГБОУ ВО ЮУрГИИ им. П.И. Чайковского

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ по В.03

МЕНЕДЖМЕНТ НА ЭСТРАДЕ

по специальности 53.02.02 Музыкальное искусство эстрады
Эстрадное пение

Фонд оценочных средств по В.03 Менеджмент на эстраде разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 53.02.02 Музыкальное искусство эстрады Эстрадное пение и в соответствии с рабочей программой В.03 Менеджмент на эстраде.

Разработчик: Н.Г. Риккер, преподаватель

ПАСПОРТ

ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Результаты обучения	Коды формируемых профессиональных и общих компетенций	Наименование вида работы	Наименование контрольно - оценочных средств	
Умеет:			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
ориентироваться на современном музыкальном рынке;	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ОК 8; ОК 9; ПК 3.2.	Изучение нормативно-правовых основ и организационно-экономических условий менеджмента на эстраде; изучение истории развития и современной ситуации в зарубежном и отечественном музыкальном шоу-бизнесе.	Семинар	Контрольный урок
принимать управленческие решения в соответствии с современной исторической и общественно-экономической ситуацией;	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 6; ОК 7; ОК 9; ПК 3.1; ПК 3.2.	Изучение нормативно-правовых основ и организационно-экономических условий менеджмента на эстраде; изучение технологий проектирования, планирования и руководства проектами и программами в области эстрадного менеджмента.	Практические мелко-групповые занятия Семинар	Контрольный урок
организовывать и проводить концертные, презентационные и досуговые мероприятия;	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 6; ОК 7; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.4.	Изучение технологий проектирования, планирования и руководства проектами и программами в области эстрадного менеджмента;	Практические мелко-групповые занятия	

		изучение технологий организации и проведению концертных, презентационных и досуговых мероприятий.		
Знает:				
терминологию менеджмента на эстраде;	ОК 5; ПК 1.7.	Изучение терминологии менеджмента на эстраде.		Контрольный урок
нормативно-правовые основы и организационно-экономические условия менеджмента на эстраде;	ОК 3; ОК 4; ОК 9; ПК 1.2; ПК 3.1; ПК 3.4.	Изучение нормативно-правовых основ и организационно-экономических условий менеджмента на эстраде; изучение истории развития и современной ситуации в зарубежном и отечественном музыкальном шоу-бизнесе.		Контрольный урок
исторические особенности формирования и развития, современную ситуацию в музыкальном шоу-бизнесе Европы, США, России;	ОК 1; ОК 4; ОК 9; ПК 1.7.	Изучение истории развития и современной ситуации в зарубежном и отечественном музыкальном шоу-бизнесе.		Контрольный урок
технологии проектирования, планирования и руководства проектами и программами в области эстрадного менеджмента;	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 9; ПК 1.2; ПК 3.1; ПК 3.4.	Изучение нормативно-правовых основ и организационно-экономических условий менеджмента на эстраде; изучение технологий проектирования, планирования и руководства проектами и программами в	Практические мелко-групповые занятия Семинар	Контрольный урок

		области эстрадного менеджмента; изучение технологий привлечения финансовых средств из различных источников.		
технологии привлечения финансовых средств из различных источников;	ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ПК 3.4.	Изучение нормативно-правовых основ и организационно-экономических условий менеджмента на эстраде; изучение технологий привлечения финансовых средств из различных источников.	Семинар	Контрольный урок
технологии маркетинга в сфере музыкального искусства.	ОК 2; ОК 4; ОК 5; ОК 9.	Изучение нормативно-правовых основ и организационно-экономических условий менеджмента на эстраде; изучение технологий маркетинга в сфере музыкального искусства.	Семинар	Контрольный урок

1. Виды контроля

Оценка качества освоения В.03 Менеджмент на эстраде включает текущий контроль и итоговую аттестацию обучающихся.

В качестве средств текущего контроля освоения В.03 Менеджмент на эстраде используются семинары и практические мелкогрупповые занятия.

В целях определения уровня соответствия результатов освоения студентами программы по В.03 Менеджмент на эстраде и уровня соответствия сформированных общих и профессиональных компетенций требованиям ФГОС, в период промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом проводится контрольный урок.

2. Фонд оценочных средств текущего контроля

В ходе VII семестра в соответствии с рабочей программой по В.03 Менеджмент на эстраде формой текущего контроля являются практические занятия, которые проводятся в следующих формах:

- 4) обучающий семинар, для которого студенты готовят устные доклады, рефераты, сообщения по теме занятия;
- 5) коллоквиум – обсуждение темы в диалоге студентов и преподавателя;
- 6) деловые и ролевые игры.

Примерный список тем практических занятий

Практическое занятие 1.

Деловая игра «Администрирование театрально-концертного проекта».

Студентам предлагается разработать административную часть некоего музыкального проекта.

В качестве продукта предлагается на выбор:

- создание альбома,
- организация концерта, шоу-программы,
- организация концертного тура.

На занятии студенты должны рассказать о технологических этапах администрирования:

- 1) Какой штат сотрудников необходим для создания данного продукта.
- 2) Как будут разделены функциональные обязанности административного штата.
- 3) Из чего сложится бюджет этого продукта, т.е. какие затраты необходимы для его создания.
- 4) Как построят PR-компанию данного продукта.

Примечание: о творческих аспектах создания продукта говорить в назывном порядке. Акцент в проработке задания должен быть сделан на административно финансовую часть.

Рекомендованная литература:

1. Воротной, М.В. Менеджмент музыкального искусства [Текст] : учеб.пособие / М.В. Воротной. - СПб. : Лань; Планета Музыки, 2013. - 256 с. - (Учебники для вузов. Специальная литература)
2. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры [Текст] : учеб.от джаз-рока до этно издание / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. - СПб : Лань ; Планета Музыки, 2013. - 544 с.
3. Шекова, Е.Л. Управление учреждениями культуры в современных условиях. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — СПб. : Лань, Планета музыки, 2014. — 416 с. ЭБС Лань. Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/41022>

Практическое занятие № 2.

Ролевая игра «Создание театрально-концертного проекта. (Творческий аспект)».

Студентам предлагается разработать творческую часть некоего музыкального проекта. Желательно, чтобы это был тот же проект, который был подготовлен к практическому занятию по теме «Административная деятельность театрально-зрелищных предприятий».

В качестве продукта предлагается на выбор:

- создание альбома,
- организация концерта, шоу-программы,
- организация концертного тура.

На занятии студенты должны выступить в роли продюсера проекта и рассказать о *технологических этапах создания продукта:*

- 1. Идея.**
- 2. Характер музыкального материала (авторский, заимствованный, написание произведений аранжировок, создание партитур).**
- 3. Штат артистов, задействованных в мероприятии (инструментальный состав, солисты-вокалисты, бэк-вокалисты, артисты кордебалета, танцоры, артисты оригинального жанра и проч.).**
- 4. Что включает сценарная основа.**
- 5. Какой длительности планируется репетиционный процесс.**
- 6. Идеи костюмов, декораций, светового оформления мероприятия.**
- 7. Премьера (в зависимости от типа продукта – наиболее целесообразное место её организации).**
- 8. Частота последующего представления продукта публике (если мероприятие не имеет разовый характер).**

Задание может быть выполнено:

- на основе реально существующего продукта, созданного известными деятелями эстрады;
- на основе личной профессиональной практике (работа в музыкальном коллективе, в театрально-зрелищном предприятии, промоутерской компании и т. п.)
- на основе вымышленных фактов (принцип моделирования возможной ситуации, игровой эксперимент).

Рекомендуемая литература:

1. Кадырова, С.В. Self-management в сфере культуры и искусства. [Электронный ресурс] / С.В. Кадырова, Е.А. Немцева, Г.Л. Тульчинский. — Электрон. дан. — СПб. : Лань, Планета музыки, 2013. — 224 с. ЭБС Лань.Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/13241>

2. Асанова, И. М. Организация культурно-досуговой деятельности: учебник для студ. ВУЗов / И. М. Асанова, С. О. Дерябина, В. В. Игнатьева. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Академия, 2012. - 192 с. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 190.
3. Музыкальный театр: искусство, социум, бизнес: К 200-летию со дня рождения Дж. Верди и Р. Вагнера. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — Ростов-на-Дону : РГК им. С.В. Рахманинова, 2014. — 208 с. ЭБС Лань. Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/66269>

Практическое занятие № 3

Коллоквиум «Профессиональные функции и направления деятельности менеджера на эстраде».

Преподаватель и студенты ведут дискуссию по темам:

- Специализации арт-менеджера. Профессиональные функции руководителя в сфере музыкальной-индустрии.
- Художественный и организационный аспекты деятельности арт-менеджера.
- Организация гастрольных туров.
- Маркетинговый аспект деятельности арт-менеджера.
- Финансовый аспект деятельности арт-менеджера.
- Нормативно-правовой аспект.

Рекомендуемая литература:

1. Воротной, М.В. Менеджмент музыкального искусства [Текст] : учеб.пособие / М.В. Воротной. - СПб. : Лань; Планета Музыки, 2013. - 256 с. - (Учебники для вузов. Специальная литература)
2. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры [Текст] : учеб.от джаз-рока до этно издание / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. - СПб : Лань ; Планета Музыки, 2013. - 544 с.
3. Коротков, Э. М. Менеджмент: учебник для бакалавров: углубленный курс [Текст] / Э. М. Коротков. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2013. - 640 с.
4. Менеджмент и маркетинг культуры : учеб. пособие [Текст] / ред. И. М. Болотников. - Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУКИ, 2009. - 544 с.

Практическое занятие № 4

Семинар «Понятие и сущность продюсирования».

Студенты готовят краткие доклады по темам:

- Понятие «продюсирование».
- Продюсер как предприниматель, осуществляющий творческий и производственный процесс.

- Продюсер как специалист, обеспечивающий руководство наймом персонала.

- Продюсер как соавтор.

- Функции продюсирования.

Рекомендуемая литература:

1. Воротной, М.В. Менеджмент музыкального искусства [Текст] : учеб.пособие / М.В. Воротной. - СПб. : Лань; Планета Музыки, 2013. - 256 с. - (Учебники для вузов. Специальная литература)
2. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры [Текст] : учеб.от джаз-рока до этно издание / Г. Л. Тульчинский,Е. Л. Шекова. - СПб : Лань ; Планета Музыки, 2013. - 544 с.
3. Мак-Илрой Эндрю. Культура и бизнес [Текст] : путеводитель по фандрейзингу / Эндрю Мак-Илрой. - М. : Классика-XXI, 2005.
4. Менеджмент и маркетинг культуры : учеб. пособие [Текст] / ред. И. М. Болотников. - Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУКИ, 2009. - 544 с.

Практическое занятие № 5

Семинар «Проектный менеджмент».

Студенты готовят краткие доклады по темам:

- Структура и этапы создания музыкального проекта.
- Организационный штат проекта: творческий состав, менеджерский состав.
- Бизнес-план проекта.
- Циклы функционирования творческого проекта.

Рекомендуемая литература:

1. Воротной, М.В. Менеджмент музыкального искусства [Текст] : учеб.пособие / М.В. Воротной. - СПб. : Лань; Планета Музыки, 2013. - 256 с. - (Учебники для вузов. Специальная литература)
2. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры [Текст] : учеб.от джаз-рока до этно издание / Г. Л. Тульчинский,Е. Л. Шекова. - СПб : Лань ; Планета Музыки, 2013. - 544 с.
3. Коротков, Э. М. Менеджмент: учебник для бакалавров: углубленный курс [Текст] / Э. М. Коротков. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2013. - 640 с.
4. Менеджмент и маркетинг культуры : учеб. пособие [Текст] / ред. И. М. Болотников. - Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУКИ, 2009. - 544 с.

Практическое занятие № 6.

Коллоквиум «Хитмэкинг. Клипмэйкинг».

Преподаватель и студенты ведут дискуссию по темам:

- Оценка коммерческой успешности музыкального произведения.
- Продвижение музыкального материала.
- Технология клипмейкерства.

Рекомендуемая литература:

1. Воротной, М.В. Менеджмент музыкального искусства [Текст] : учеб.пособие / М.В. Воротной. - СПб. : Лань; Планета Музыки, 2013. - 256 с. - (Учебники для вузов. Специальная литература)
2. Ульяновский, А.В. Реклама в сфере культуры. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — СПб. : Лань, Планета музыки, 2012. — 520 с. ЭБС Лань. Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/3807>

Практическое занятие № 7

Деловая игра «Продвижение проекта».

Студентам предлагается разработать схему продвижения некоего музыкального проекта. Желательно, чтобы это был тот же проект, который был подготовлен к практическому занятию по теме «Административная деятельность театрально-зрелищных предприятий».

В качестве продукта предлагается на выбор:

- музыкальный альбома,
- концерт, шоу-программа,
- концертный тур.

На занятии студенты должны рассказать о технологических этапах продвижения:

- 1) Задачи продвижения данного продукта.
- 2) Промо-план. Этапы продвижения.
- 3) Информационное обеспечение «промоушна».
- 4) Предполагаемый результат продвижения.

Рекомендованная литература:

1. Воротной, М.В. Менеджмент музыкального искусства [Текст] : учеб.пособие / М.В. Воротной. - СПб. : Лань; Планета Музыки, 2013. - 256 с. - (Учебники для вузов. Специальная литература)
2. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры [Текст] : учеб.от джаз-рока до этно издание / Г. Л. Тульчинский,Е. Л. Шекова. - СПб : Лань ; Планета Музыки, 2013. - 544 с.
3. Менеджмент и маркетинг культуры : учеб. пособие [Текст] / ред. И. М. Болотников. - Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУКИ, 2009. - 544 с.
4. Ульяновский, А.В. Реклама в сфере культуры. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — СПб. : Лань, Планета музыки, 2012. — 520 с. ЭБС Лань. Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/3807>

Практическое занятие № 8

Коллоквиум «Эстрадный имидж исполнителя».

Преподаватель и студенты ведут дискуссию по темам:

- Понятие «имидж».
- Структура имиджа.
- Имиджевая символика. Специфика образа эстрадного исполнителя.
- Технологии поиска эстрадного образа.

Рекомендованная литература:

1. Воротной, М.В. Менеджмент музыкального искусства [Текст] : учеб.пособие / М.В. Воротной. - СПб. : Лань; Планета Музыки, 2013. - 256 с. - (Учебники для вузов. Специальная литература)
2. Кадырова, С.В. Self-management в сфере культуры и искусства. [Электронный ресурс] / С.В. Кадырова, Е.А. Немцева, Г.Л. Тульчинский. — Электрон. дан. — СПб. : Лань, Планета музыки, 2013. — 224 с. ЭБС Лань.Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/13241>

Практическое занятие № 9.

Семинар «Технологии организации шоу-программ».

Студенты готовят краткие доклады по темам:

- Виды современных шоу-программ.
- Принципы построения и технологические этапы создания шоу-программ.
- Новейшее техническое оборудование современного шоу.
- Необходимые требования к постановке номера.
- Виды конференса шоу-программы.

Рекомендованная литература:

1. Воротной, М.В. Менеджмент музыкального искусства [Текст] : учеб.пособие / М.В. Воротной. - СПб. : Лань; Планета Музыки, 2013. - 256 с. - (Учебники для вузов. Специальная литература)
2. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры [Текст] : учеб.от джаз-рока до этно издание / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. - СПб : Лань ; Планета Музыки, 2013. - 544 с.
3. Асанова, И. М. Организация культурно-досуговой деятельности: учебник для студ. ВУЗов / И. М. Асанова, С. О. Дерябина, В. В. Игнатьева. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Академия, 2012. - 192 с. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 190.
4. Музыкальный театр: искусство, социум, бизнес: К 200-летию со дня рождения Дж. Верди и Р. Вагнера. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — Ростов-на-Дону : РГК им. С.В. Рахманинова, 2014. — 208 с. ЭБС Лань. Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/66269>

Практическое занятие № 10.

Семинар «Реклама в сфере арт-менеджмента».

Студенты готовят краткие доклады по темам:

- Понятия «реклама», «рекламная кампания».
- Признаки рекламной кампании.
- Объекты рекламирования.
- Виды рекламных кампаний. Инструменты рекламы в музыкальном шоу-бизнесе.

Рекомендованная литература:

1. Воротной, М.В. Менеджмент музыкального искусства [Текст] : учеб. пособие / М.В. Воротной. - СПб. : Лань; Планета Музыки, 2013. - 256 с. - (Учебники для вузов. Специальная литература)
2. Кадырова, С.В. Self-management в сфере культуры и искусства. [Электронный ресурс] / С.В. Кадырова, Е.А. Немцева, Г.Л. Тульчинский. — Электрон. дан. — СПб. : Лань, Планета музыки, 2013. — 224 с. ЭБС Лань. Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/13241>
3. Менеджмент и маркетинг культуры : учеб. пособие [Текст] / ред. И. М. Болотников. - Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУКИ, 2009. - 544 с.
4. Ульяновский, А.В. Реклама в сфере культуры. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — СПб. : Лань, Планета музыки, 2012. — 520 с. ЭБС Лань. Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/3807>

Работа студентов на практических занятиях оценивается по 5-балльной системе.

Оценка выступления осуществляется по следующим основным критериям:

- полнота ответа на заявленную тему;
- знание терминологии менеджмента эстрады;
- аналитический подход к осмыслению материала;
- приведение примеров из личной исполнительской и организационной практики или из практики известных менеджеров, продюсеров, исполнителей;
- яркость, эмоциональность подачи;
- нестандартные способы решения поставленной задачи.

Оценка «отлично» – ответ полный, уверенное владение терминологией менеджмента эстрады, аналитический подход к осмыслению материала, иллюстрирование ответа примерами из личной исполнительской и организационной практики или из практики известных менеджеров, продюсеров, исполнителей, выразительная подача материала.

Оценка «хорошо» – ответ достаточно полный, знание терминологии менеджмента эстрады, иллюстрирование ответа примерами из личной исполнительской и организационной практики или из практики известных менеджеров, продюсеров, исполнителей.

Оценка «удовлетворительно» – ответ правильный, но краткий, неточности в применении терминологии менеджмента эстрады, иллюстративные примеры отсутствуют.

Оценка «неудовлетворительно» – слабое знание материала и терминологии менеджмента эстрады, иллюстративные примеры отсутствуют.

3. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации

В конце VII семестра в соответствии с учебным планом проводится контрольный урок. Наиболее эффективной формой его проведения представляется опрос студентов по билетной системе.

Стандартный билет В.03 Менеджмент на эстраде должен включать:

- 1) тестовое задание;
- 2) вопрос по одной из пройденных тем.

Примерный перечень тестов к контрольному уроку

Вариант I

1. Учреждения культуры важны тем, что они:

- а) Осуществляют социально значимую деятельность
- б) Приносят доход
- в) Обеспечивают эстетическое и нравственное воспитание

2. Разработанный проект утверждает:

- а) Учредитель (вышестоящая инстанция)
- б) Заказчик
- в) Тот, кто будет распоряжаться выделенными средствами

3. При получении отрицательного ответа от потенциального донора (при отказе в поддержке проекта) следует:

- а) Просить разъяснить причины отказа
- б) Извиниться за беспокойство
- в) Продолжать настаивать на предложении

4. Государственное регулирование деятельности в сфере культуры это:

- а) Принятие законодательных норм и гарантий
- б) Контроль выполнения законодательства

в) Выделение средств госбюджета

5. Письмо-предложение должно быть подписано:

а) Менеджером проекта

б) Председателем оргкомитета

в) Учредителем организации, отвечающей за реализацию проекта

Вариант II

1. Фандрайзинг это:

а) Технология просить денег

б) Привлечение средств на некоммерческие проекты

в) Работа по привлечению инвесторов

2. Цель (цели) проекта – это:

а) Основные задачи

б) Описание желаемого результата

в) Решение социально-значимой актуальной проблемы

3. Средства госбюджета, выделяемые на деятельность в сфере культуры, могут получать:

а) Только государственные учреждения и организации

б) Частные лица и инициативные группы

в) Общественные организации

4. Продуктом музыкального шоу-бизнеса является

а) Музыкальное произведение: песня, видеоклип

б) Исполнитель

в) Зрительская аудитория

5. Определение приоритетов поддержки и развития сферы культуры это задача:

а) Органов власти

б) Общественных организаций

в) Работников культуры

Вариант III

1. Разработка проектов начинается с:

а) Определения целей

б) Выявления актуальных проблем

в) Поиска необходимых средств

2. Потенциальных спонсоров в проекте интересует, прежде всего:

- а) Получение прибыли
- б) Получение дополнительных выгод
- в) Рекламный потенциал проекта

3. Некоммерческая деятельность это:

- а) Невыгодная деятельность
- б) Деятельность, осуществляемая некоммерческими организациями
- в) Социально значимая деятельность, неосуществимая на коммерческой основе

4. Фандрайзинг это:

- а) Обеспечение основных фондов
- б) Обеспечение оборотных средств
- в) Обеспечение зарплаты исполнителям

5. Условием успешного фандрайзинга является:

- а) Хорошая реклама проекта
- б) Хорошая репутация и привлекательный имидж организации
- в) Большой круг личных знакомств

Вариант IV

1. Особенности менеджмента в сфере культуры обусловлены:

- а) Спецификой некоммерческой деятельности
- б) Спецификой производимой продукции (товаров, услуг)
- в) Спецификой законодательства, регулирующего деятельность в сфере культуры

2. Маркетинг в сфере культуры:

- а) Принципиально иной, чем в коммерческой деятельности
- б) Ничем не отличается от маркетинга других видов деятельности
- в) Включает в себя коммерческий маркетинг

3. После получения позитивного ответа потенциального донора на предложение следует:

- а) Разработать бюджет проекта
- б) Подготовить проект договора
- в) Оформить письмо с благодарностью

4. В разработке проекта желательно участие:

- а) Будущих исполнителей
- б) Представителей заказчика
- в) Партнеров

5. Нормативное планирование:

а) Облегчает менеджмент

б) Затрудняет менеджмент, ставит ему рамки и ограничения

в) Является государственным вмешательством в бизнес-процессы

Примерные вопросы к контрольному уроку

1. Продюсер – менеджер – предприниматель.
2. Функции продюсера в ролевой структуре. Виды и типы ролей.
3. Стили управления шоу-проектом.
4. Методы эффективного управления.
5. Авторитет и престиж продюсера как основа руководства. Власть в управлении шоу-бизнесом.
6. Специфика продюсирования группы. Типы продюсерских компаний и их организационная структура.
7. Продвижение музыкального материала.
8. Постпромоушн.
9. Паблик рилейшнз (PR) и его средства.
10. Стратегия рекламной кампании.
11. Выбор PR-агентства.
12. Виды конкуренции в шоу-бизнесе.
13. Жизненный цикл музыкального проекта.
14. Фандрайзинг в музыкальном бизнесе.
15. Развитие малого бизнеса в сфере культуры.
16. Виды райдеров и их характеристики.

Ответ студента на контрольном уроке оценивается по 5-балльной системе.

Оценка выступления осуществляется по следующим основным критериям:

- точность ответов на вопросы теста;
- полнота ответа на вопросы по курсу;
- владение терминологии менеджмента на эстраде;
- аналитический подход к осмыслению темы;
- использование примеров из личной и мировой концертной исполнительской и организационной практики;
- яркость, эмоциональность подачи материала.

Оценка «отлично» – ответы на вопросы теста верные, правильный и полный ответ на вопрос по курсу программы, уверенное владение терминологией менеджмента на эстраде, аналитический подход к осмыслению темы, использование примеров из личной и мировой концертной исполнительской и организационной практики, яркость, эмоциональность подачи материала.

Оценка «хорошо» – ответы на вопросы теста верные, правильный, но краткий ответ на вопрос по курсу, знание терминологии менеджмента на эстраде, аналитический подход к осмыслению темы, использование примеров из личной и мировой концертной исполнительской и организационной практики.

Оценка «удовлетворительно» – большинство ответов на вопросы теста верные, неточный и неполный ответ на вопрос по курсу программы, плохое знание терминологии менеджмента на эстраде, отсутствие примеров из личной и мировой концертной исполнительской и организационной практики.

Оценка «неудовлетворительно» – большинство ответов на вопросы теста неверные, ответ на вопрос по курсу программы отсутствует или неправильный, слабое владение терминологией менеджмента на эстраде, отсутствие примеры из личной и мировой концертной исполнительской и организационной практики.