

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ**  
**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ**  
**КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ МИХАИЛА МАТУСОВСКОГО»**

Кафедра музыкального искусства эстрады

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**МЕНЕДЖМЕНТ МУЗЫКАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

*Уровень высшего образования – бакалавриат*

*Направление подготовки – 53.03.01 Музыкальное искусство эстрады*

*Профиль – Эстрадно-джазовое пение*

*Год набора – 2024 года*

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ОПОП и ФГОС ВО направления подготовки 53.03.01 Музыкальное искусство эстрады, профиль «Эстрадно-джазовое пение» утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.06.2017 N 563.

Программу разработал Е. Н. Колесникова, старший преподаватель кафедры музыкального искусства эстрады

Рассмотрена на заседании кафедры музыкального искусства эстрады Академии Матусовского

Протокол № 1 от 28.08.2024 г.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ Д.А. Рыкунова

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Менеджмент музыкальной деятельности» является базовой частью дисциплин **ОПОП ГОС ВО** (уровень бакалавриата) и предлагается к изучению студентам 4 курса (7, 8 семестры) специальности 53.03.01 Музыкальное искусство эстрады, профиль Эстрадно-джазовое пение Академии Матусовского. Дисциплина реализуется кафедрой музыкального искусства эстрады.

Содержание дисциплины «Менеджмент музыкальной деятельности» призвано способствовать формированию рефлексивных установок в отношении теоретических основ менеджмента в музыкальной индустрии, процессами руководства и управления организаций в сфере культуры и искусства, инновационных технологий шоу-бизнеса в музыкальном искусстве. Основная цель дисциплины: систематизированное и научно-обоснованное изложение сущности и закономерностей организации социально-культурной деятельности профессиональными и непрофессиональными субъектами в условиях свободного времени.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, самостоятельная работа студентов и консультации.

Успешное изучение дисциплины базируется на освоении теоретического и практического учебного материала по следующим дисциплинам, формирующим у обучающихся знания, умения и навыки в области социально-культурной деятельности: «Философия культуры», «Художественно-эстетические проблемы музыкальной культуры», «Теоретические проблемы музыки XX века».

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, самостоятельная работа студентов и консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме:

Итоговый контроль в форме зачета:

- в 8 семестре – для очной формы обучения;

- в 8 семестре – для заочной формы обучения.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часов.

Для очной формы обучения - 2 з.е. (72 часа) в 7 и в 8 семестрах.

Для заочной формы обучения - 2 з.е. (72 часа) в 7 и в 8 семестрах.

Программой дисциплины для очной формы обучения предусмотрены:

- в 7 семестре: лекционные занятия (30 ч.), самостоятельная работа (6 ч.), проведение контроля (-);

- в 8 семестре: лекционные занятия (30 ч.), самостоятельная работа (6 ч.), проведение контроля (-).

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены:

- в 7 семестре: лекционные занятия (6 ч.), самостоятельная работа (30ч.), проведение контроля (-);

- в 8 семестре: лекционные занятия (6ч.), самостоятельная работа (30 ч.), проведение контроля (-).

## 2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель преподавания дисциплины:** формирование понимания сущности профессиональной деятельности менеджера музыкальной деятельности, ее особенности в различных областях музыкальной-индустрии. Определение стратегии социальной адаптации и профессионального определения в условиях формирования навыков профессиональной деятельности менеджера музыкальной деятельности через соединение теоретического содержания с практической работой, направленной на повышение интеллектуальной и профессиональной компетентности.

### **Задачи изучения дисциплины:**

- ознакомить с современными требованиями к деятельности менеджера музыкальной деятельности, условиями работы над творческими проектами, созданием фирмы, особенностями маркетинговой, финансовой, управленческой деятельности в сфере музыкальной-индустрии;
- способствовать овладению практическими умениями и навыками организации: шоу-представлений; гала-концертов; гастролей творческих коллективов;
- освоить комплекс правовых основ управления учреждений культуры и нормативно-правовой основой деятельности менеджера музыкальной деятельности.

### **3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Менеджмент музыкальной деятельности» относится к профильной части. Данному курсу должно сопутствовать изучение таких дисциплин, как «Экономика»; «История джазовой и эстрадной музыки», которые логически, содержательно и методически связаны с дисциплиной «Менеджмент музыкальной деятельности», они предоставляют обширную теоретическую базу, формируют навыки самостоятельной аналитической работы и составляют теоретический и научно-методологический фундамент последующего изучения курса «Менеджмент музыкальной деятельности».

В программе учтены межпредметные связи с другими учебными дисциплинами.

#### 4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО направления подготовки 53.03.01 Музыкальное искусство эстрады , профиль Эстрадно-джазовое пение –ПК-5.

##### Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ПК-5	Способен к компетентной консультационной поддержке творческих проектов в области музыкального искусства

##### Профессиональные компетенции (ПК-5):

№ компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
ПК-5	Способен к компетентной консультационной поддержке творческих проектов в области музыкального искусства	<p><b>Знать:</b> современные требования к деятельности музыкального менеджера, условия реализации творческих проектов, условия создания фирмы и организации, особенности маркетинговой, финансовой, управленческой деятельности в сфере музыкальной индустрии;</p> <p><b>Уметь:</b> создавать программы, музыкальной продукции: клипы, музыкальные диски, альбомы; использовать нормативно - законодательную базу в области музыкального бизнеса.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками подбора творческого и производственно-технического персонала занятого в создании музыкального проекта.</p>

## 5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Структура учебной дисциплины в 7 семестре (для очной формы обучения) и  
в 7 семестре (для заочной формы обучения)**

Названия смысловых модулей и тем	Количество часов									
	Очная форма					Заочная форма				
	все го	в том числе				всег о	в том числе			
		л	п	с.р.	к		л	п	с.р.	к
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Тема 1. Понятие и сущность менеджмента в музыкально-исполнительской деятельности.	5	4		1		5	1		4	
Тема 2. Менеджмент, как совокупность науки и искусства управления. Задачи и роль менеджера в музыкальной индустрии.	5	4		1		5	1		4	
Тема 3. Организационные отношения в системе музыкального менеджмента.	5	4		1		5	1		4	
Тема 4. Организация как система управления. Организационная структура.	5	4		1		5	1		4	
Тема 5. Музыкальный бизнес. Лидер и его роль в музыкальном бизнесе.	5	4		1		5	1		4	
Тема 6. Рекорд лейблы и развитие музыкального продукта.	4	4				5	1		4	
Тема 7. Музыкальный рынок B2B и B2C. Реклама ATL и VTL. Аудио-брендинг.	5	4		1		4			4	
Тема 8. Коммуникации в музыкальном менеджменте.	2	2				2			2	
<b>Всего часов</b>	<b>36</b>	<b>30</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>36</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>30</b>	<b>-</b>

**Структура учебной дисциплины в 8 семестре (для очной формы обучения) и  
в 8 семестре (для заочной формы обучения)**

Названия смысловых модулей и тем	Количество часов									
	всего	Очная форма				Заочная форма				
		в том числе				все го	в том числе			
		л	п	с.р.	к		л	п	с.р.	к
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Тема 9. Технологии организации шоу-программ.	5	4		1			1			
Тема 10. Привлечение и аккумуляция финансовых средств из различных источников.	5	4		1			1			
Тема 11. Планирование и прогнозирование в системе музыкального менеджмента.	5	4		1			1			
Тема 12. Основы предпринимательской деятельности в музыкальном бизнесе.	5	4		1			1			
Тема 13. Шоу-рынок. Цены и особенности рынка. Мерчандайзинг концертной деятельности.	5	4		1			1			
Тема 14. Риски. Управление рисками в сфере музыкального бизнеса.	4	4					1			
Тема 15. Стратегический менеджмент в музыкальном бизнесе.	4	4					1			
Тема 16. Мотивационная деятельность в музыкальном менеджменте.	3	2		1			1			
<b>Всего часов</b>	<b>36</b>	<b>30</b>		<b>6</b>			<b>36</b>	<b>6</b>		<b>30</b>
<b>Всего часов за весь период обучения</b>	<b>72</b>	<b>60</b>	<b>-</b>	<b>12</b>	<b>-</b>		<b>72</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>60</b>



## **6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1 Лекционный материал в 7 семестре (для очной формы обучения) и в 7 семестре (для заочной формы обучения)**

**Тема 1. Понятие и сущность менеджмента в музыкально-исполнительской деятельности.** Содержание и сущность категорий «менеджмент», «руководство» и «управление». Менеджмент в системе экономических дисциплин, основные функции и методология изучения. Основные этапы развития музыкального менеджмента.

**Литература:** [9,11,15,16,18]

**Тема 2. Менеджмент, как совокупность науки и искусства управления. Задачи и роль менеджера в музыкальной индустрии.** Роль менеджера в музыкальной индустрии. Типы музыкальных менеджеров, их функции и личные качества. Работа менеджера с артистом или группой. Длительность контракта. Компромиссы между менеджером и артистом. Отношения менеджера и артиста.

**Литература:** [9,11,15,16,18]

**Тема 3. Организационные отношения в системе музыкального менеджмента.** Миссия и цели организации. Показатели эффективности деятельности организации. Организация в сфере культуры и искусства. Понятие организации. Виды организаций. Классификация организаций. Классификация предприятий по принадлежности капитала. Внутренняя и внешняя среда организации.

**Литература:** [9,11,15,16,18]

**Тема 4. Организация как система управления. Организационная структура.** Организация как система управления. Признаки организации. Вертикальные и горизонтальные разделения элементов управления. Организационные структуры управления. Типы организационных структур управления. Сравнительный анализ структур управления. Райдер. Технический и бытовой райдер. Примеры составления райдера.

**Литература:** [9,11,15,16,18]

**Тема 5. Музыкальный бизнес. Лидер и его роль в музыкальном бизнесе.** Музыкальный лидер и его роль в музыкальном бизнесе. Виды музыкальных лидеров. Стили руководства в музыкальной индустрии. Музыкальный бизнес.

**Литература:** [9,11,15,16,18]

**Тема 6. Рекорд лейблы и развитие музыкального продукта.** Рекорд-Лейблы - организация процесса. Основы музыкальной карьеры: развитие артиста и развитие продукта: развитие артиста - подготовка музыкальной карьеры; развитие продукта - создание и продажа музыки.

**Литература:** [9,11,15,16,18]

**Тема 7. Музыкальный рынок В2В и В2С. Реклама ATL и BTL. Аудиобрендинг.** В2В и В2С основные понятия. Методы привлечения клиентов в сегментах В2В и В2С: сходства и различия. Система множественных касаний. Традиционная и «нетрадиционная» реклама (ATL и BTL). Аудио-брендинг.

**Литература:** [9,11,15,16,18]

**Тема 8. Коммуникации в музыкальном менеджменте.** Коммуникации в музыкальном менеджменте и эффективность управления. Коммуникационный процесс. Межличностные коммуникации. Организационные коммуникации. Облачные технологии, как новый механизм коммуникации. CRM. Система управления взаимоотношениями с клиентами

**Литература:** [9,11,15,16,18]

**Лекционный материал  
в 8 семестре (для очной формы обучения) и в 8 семестре (для заочной формы  
обучения)**

**Тема 9. Технологии организации шоу-программ.** История и особенности развития шоу и шоу-бизнеса. Основные виды шоу-программ. Принципы построения шоу-программ. Основные аспекты разработки и подготовки шоу-программ. Творческий и управленческий состав шоу- программ. Постановка номера шоу. Финансирование зрелищных мероприятий. Технологические этапы создания шоу-программы.

**Литература:** [9,11,15,16,18]

**Тема 10. Привлечение и аккумуляция финансовых средств из различных источников.** Краудфандинг, как новый способ финансирования творческих проектов. Краудфандинг особенности и тенденции. Критерии успешного проекта. Перспективы развития краудфандинга. Фандрейзинг. Виды фандрейзинга.. Планирование фандрейзинговой кампании.

**Литература:** [9,11,15,16,18]

**Тема 11. Планирование и прогнозирование в системе музыкального менеджмента.** Сущность и виды управления в музыкальном менеджменте. Процесс принятия и реализации управленческих решений. Методы принятия УР. Планирование и прогнозирование в системе музыкального менеджмента. Сущность и виды управленческих решений в музыкальном менеджменте. Процесс принятия и реализации управленческих решений. Методы принятия управленческих решений.

**Литература:** [9,11,15,16,18]

**Тема 12. Основы предпринимательской деятельности в музыкальном бизнесе.** Понятие и сущность предпринимательства. Роль предпринимателя в музыкальном бизнесе. Создание предпринимательской структуры. Предпринимательская идея создания бизнеса. Субъект и объект предпринимательской деятельности в музыкальном бизнесе. Основные принципы предпринимательства в музыкальном бизнесе

**Литература:** [9,11,15,16,18]

**Тема 13. Шоу-рынок. Цены и особенности рынка. Мерчандайзинг концертной деятельности.** Рынок, определение. Сущность рынка и его роль. Основные функции рынка. Рынок шоу-бизнеса. Объекты и субъекты рынка. Социально-экономическая роль шоу-рынка. Международный аспект шоу-бизнеса. Мерчандайзинг концертной деятельности. Концертный мерчандайзинг. Розничный мерчандайзинг.

**Литература:** [9,11,15,16,18]

**Тема 14. Риски. Управление рисками в сфере музыкального бизнеса.** Понятие риска и его сущность. Виды и классификация рисков. Методы управления рисками. Анализ и оценка рисков. Управление рисками, риск-менеджмент на фирме в сфере музыкального бизнеса. Значение, место и роль управления рисками в сфере музыкального бизнеса.

**Литература:** [9,11,15,16,18]

**Тема 15. Стратегический менеджмент в музыкальном бизнесе.** Понятие стратегии. Типы и основные принципы стратегии. Отличительные особенности стратегии. Уровни стратегического управления. Классификационные признаки стратегий. Оценка и контроль выполнения стратегии. Сущность, принципы, функции стратегического менеджмента. Основные этапы стратегического менеджмента. Стратегическая сегментация. Жизненные циклы спроса, технологии и продукта в музыкальном бизнесе.

**Литература:** [9,11,15,16,18]

**Тема 16. Мотивационная деятельность в музыкальном менеджменте.** Понятие и модель мотивации. Теории мотивации. Процессуальные теории мотивации: теория справедливости, теория ожиданий; модель мотивации Портера - Лоулера. Партисипативный стиль управления в музыкальном бизнесе.

**Литература:** [9,11,15,16,18]

## 7. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Основными формами самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины «Менеджмент музыкальной деятельности» является работа над темами для самостоятельного изучения.

СР включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки доклада по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- для студентов заочной формы обучения – выполнение контрольной работы;
- подготовка к зачету.

### 7.1 Темы и задания для самостоятельных занятий

#### Темы и задания для самостоятельных занятий в 7 семестре (для очной формы обучения) и в 7 семестре (для заочной формы обучения)

**Тема 1. Понятие и сущность менеджмента в музыкально-исполнительской деятельности.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы.

**Тема 2. Менеджмент, как совокупность науки и искусства управления. Задачи и роль менеджера в музыкальной индустрии.**

Изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическому занятию.

**Тема 3. Организационные отношения в системе музыкального менеджмента.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, подготовка к практическому занятию.

**Тема 4. Организация как система управления. Организационная структура.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическому занятию.

**Тема 5. Музыкальный бизнес. Лидер и его роль в музыкальном бизнесе.**

Изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям, подготовка к коллективной дискуссии.

**Тема 6. Рекорд лейблы и развитие музыкального продукта.**

Изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям, подготовка к дискуссии методом активного диалога.

**Тема 7. Музыкальный рынок B2B и B2C. Реклама ATL и VTL. Аудио-брендинг.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическому занятию (доклад по изучаемой теме).

**Тема 8. Коммуникации в музыкальном менеджменте.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическому занятию.

### **Темы и задания для самостоятельных занятий в 8 семестре (для очной формы обучения) и в 8 семестре (для заочной формы обучения)**

#### **Тема 9. Технологии организации шоу-программ.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, подготовка к практическому занятию.

#### **Тема 10. Привлечение и аккумулирование финансовых средств из различных источников.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, подготовка к практическому занятию.

#### **Тема 11. Планирование и прогнозирование в системе музыкального менеджмента. Сущность и виды управления в музыкальном менеджменте. Процесс принятия и реализации управленческих решений.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическому занятию.

#### **Тема 12. Основы предпринимательской деятельности в музыкальном бизнесе.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, подготовка к практическому занятию.

#### **Тема 13. Шоу-рынок. Цены и особенности рынка. Мерчандайзинг концертной деятельности.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическому занятию.

#### **Тема 14. Риски. Управление рисками в сфере музыкального бизнеса.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическому занятию.

#### **Тема 15. Стратегический менеджмент в музыкальном бизнесе.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическому занятию.

#### **Тема 16. Мотивационная деятельность в музыкальном менеджменте.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическому занятию.

## **7.2 Задания для контрольных работ**

Контрольные работы предусмотрены для выполнения всеми студентами **заочной формы обучения**. Контрольная работа является составной частью самостоятельной работы студента заочной формы обучения по освоению программы дисциплины и предусматривает письменное изложение ответов на вопросы задания.

Студент выполняет контрольную работу на тему, вариант которой, соответствует последней цифре порядкового номера студента в журнале посещаемости. При подготовке ответов на вопросы контрольной работы необходимо использовать только рекомендованную литературу. Изложение должно отличаться композиционной четкостью, логичностью, грамотностью. Выполненная работа должна быть представлена в распечатанном виде (на кафедру не менее чем за 2 недели до начала сессии). Объем контрольной работы в распечатанном виде составляет не более 10-15 страниц. В конце работы приводится перечень фактически использованной литературы с указанием фамилии автора, названия, издательства, места и года издания.

### **Задания для контрольных работ в 7 семестре**

#### **Вариант 1**

1. Становление музыкального менеджмента за рубежом.
2. Презентация по теме исследования

#### **Вариант 2**

1. История и особенности развития шоу и шоу-бизнеса.
2. Презентация по теме исследования

#### **Вариант 3**

1. Основные виды шоу-программ.
2. Презентация по теме исследования

#### **Вариант 4**

1. Принципы построения шоу-программ.
2. Презентация по теме исследования

#### **Вариант 5**

1. Современные концепции менеджмента музыкальной деятельности
2. Презентация по теме исследования

#### **Вариант 6**

1. Социально-психологические особенности шоу-рынка
2. Презентация по теме исследования

#### **Вариант 7**

1. Содержание и структура шоу-бизнеса
2. Презентация по теме исследования

#### **Вариант 8**

1. Основные аспекты разработки и подготовки шоу-программ.
2. Презентация по теме исследования

#### **Вариант 9**

1. Творческий и управленческий состав шоу- программ.
2. Презентация по теме исследования

#### **Вариант 10**

1. Финансирование зрелищных мероприятий.
2. Презентация по теме исследования

**Вариант 11**

1. Краудфандинг, как новый способ финансирования творческих проектов
2. Презентация по теме исследования

**Вариант 12**

1. Формирование творческого и управленческого персонала для производства шоу-программ
2. Презентация по теме исследования

**Вариант 13**

1. Фандрейзинг. Виды фандрейзинга.
2. Презентация по теме исследования

**Вариант 14**

1. Коммуникации в музыкальном менеджменте и эффективность управления
2. Презентация по теме исследования

**Вариант 15**

1. Рекорд-Лейблы. Организация процесса
2. Презентация по теме исследования

**Вариант 16**

1. Развитие продукта - создание и продажа музыки
2. Презентация по теме исследования

**Вариант 17**

1. Лидер, руководитель, менеджер. Сходство и отличие?
2. Презентация по теме исследования

**Вариант 18**

1. Управленческие функции руководителя.
2. Презентация по теме исследования

**Вариант 19**

1. Понятие «миссия организации», ее цели и задачи
2. Презентация по теме исследования

**Вариант 20**

1. Основные этапы развития музыкального менеджмента
2. Презентация по теме исследования

### Задания для контрольных работ в 8 семестре

1. Становление музыкального менеджмента за рубежом.
2. Музыкальный шоу-бизнес как часть музыкальной индустрии.
3. Нормативно-правовые основы менеджмента в музыкальном искусстве.
4. Музыкальный менеджмент и организация благотворительной деятельности в сфере культуры и искусства.
5. Продюсирование как форма управления персоналом
6. Проектный менеджмент
7. Инновационные технологии в сфере музыкальной индустрии
8. Создание коммерческих фирм в сфере культуры и искусства
9. Государственное управление и рыночное регулирование деятельности в сфере культуры и искусства
10. Музыкальный менеджмент и индустрия развлечений
11. Профессиональная этика музыкального менеджера
12. Менеджмент гастрольной деятельности
13. Исторические периоды формирования музыкальной индустрии.
14. Становление системы подготовки кадров в индустрии развлечений и ее проблемы.
15. Охрана интеллектуальной собственности как важнейшее направление деятельности музыкального менеджера.
16. Продвижение на рынок культурных услуг - результатов творческой деятельности.
17. Индустрия грамзаписи.
18. Формы организации музыкального искусства и историческая ретроспекция их развития.
19. Создание сценического имиджа.
20. Структура коммерческой деятельности в сфере шоу-бизнеса.
21. Маркетинг как система мероприятий по изучению музыкального рынка и активному воздействию на потребительский спрос.
22. Мотивация творческой деятельности.
23. Культура руководства: содержание, функции, критерии.
24. Место мотивации в различных системах управления (США, Япония, Россия).
25. Источники финансирования деятельности учреждений культуры.
26. Персонал и специалисты в музыкальном менеджменте: квалификационные требования, формы подготовки.
27. Психологический климат в музыкальном коллективе и определяющие его факторы.
28. Отечественный и зарубежный опыт государственного регулирования культурной деятельности.



## 8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ

### 8.1 Тестовые задания

#### Комплект тестовых заданий для опроса в ходе проведения промежуточной аттестации (для очной формы обучения) и (для заочной формы обучения)

1. Под музыкально-медитативной программой понимается:
  - а) программа лечения человека с помощью музыки в состоянии гипноза;
  - б) программа, которая предполагает углубленное сосредоточение сознания на музыке;
  - в) музыкальная программа, применяемая в эротологии;
  - г) музыкальная программа, рассчитанная на трансляцию медиасредствами.
  
2. Самый высокий уровень потребностей человека определялся А. Маслоу в \_\_\_\_\_
  - а) стремлении к ответственности
  - б) самоуважении
  - в) самовыражении
  
3. основополагающий драматургический компонент музыкального произведения, определяющий его неповторимый облик и смысл-это:
  - а) музыкальная драматургия;
  - б) музыкальный язык;
  - в) музыкальная тема;
  - г) музыкальная мысль.
  
4. Теория «человеческих отношений» открыла, что организация – это \_\_\_\_\_
  - а) бюрократическая организация, в основе которой система правил, норм, формальных процедур
  - б) совокупность людей, выполняющих общие задачи
  - в) сложная система, где отдельные личности и группы людей взаимодействуют на неформальной основе
  
5. Во главу управления П. Друкер ставил \_\_\_\_\_ организации.
  - а) методы
  - б) цель
  - в) функции
  
6. Методологическую основу «научной школы управления» составлял \_\_\_\_\_
  - а) подход к организации как состоящей из самостоятельных, изолированных друг от друга элементов
  - б) процессный подход к организации как целостной системе
  
7. Предмет изучения поведенческой школы
  - а) конфликты
  - б) мотивация работников

в) конкуренция

8. Исполнение каждого принимаемого решения в той или иной степени на практике необходимо обосновывается, сопровождается и обеспечивается

- а) администрированием
- б) мониторингом
- в) инструктированием
- г) контролингом

9. Современная теория считает, что создать организацию с идеально отлаженными процессами коммуникации \_\_\_\_\_

- а) возможно и необходимо с помощью менеджеров
- б) возможно, но требует больших организационных усилий
- в) невозможно
- г) теоретически возможно, но на практике встречается крайне редко

10. Объектами проявлений административных отношений становятся процедуры и структуры их \_\_\_\_\_

- а) формирования, функционирования и развития
- б) формализации и формирования
- в) координации
- г) назначения и развития

11. Понятие «управленческий цикл» было введено благодаря развитию школы \_\_\_\_\_

- а) административного управления
- б) науки управления
- в) поведенческих наук
- г) человеческих отношений

12. Администрирование является основным средством обеспечения

- а) гибкости
- б) экономичности
- в) лаконичности
- г) устойчивости

13. Форма осуществления иерархически устанавливаемых полномочий – это

- а) договоренность
- б) согласование
- в) пожелание
- г) подчинение

14. Совокупность необходимых составляющих, обеспечивающих функционирование организации – это

- а) учет
- б) приказ
- в) решение
- г) ресурсы

15. Распределительные процессные проявления административных отношений – это

- а) сроки, периоды, даты
- б) руководства, инструкции, функции

- в) нормы, квоты, пропорции
- г) контроль исполнения, санкции

16. Ключевое понятие школы науки управления:

- а) трудовая норма
- б) управленческая задача
- в) функция
- г) человеческий фактор

17. В драматургическом процессе создания оригинальной формы музыкального произведения главным является:

- а) идейно-тематический замысел;
- б) драматический конфликт;
- в) музыкальное действие;
- г) композиционное построение.

18. Построение музыкального произведения опирается на:

- а) выразительные средства музыкального произведения;
- б) классические законы драматургии;
- в) одноголосное или многоголосное звуковые изложения;
- г) гениальность творческих способностей композитора.

19. Психологические параметры культурно-художественных образов:

- а) привлекательность, убедительность, значимость;
- б) лабильность, ригидность, сензитивность;
- в) толерантность, принципиальность, децентрированность.

20. Что является объектом психологического восприятия зрителем культурно-досуговой программы?

- а) авторская концепция сценариста;
- б) идейно-тематическая основа программы;
- в) художественное оформление содержания культурно-досуговой программы;
- г) свето- и звуко-техническое обеспечение программы.

21. Установите соответствие между левым и правым столбцами

№	Характеристика области классического направления менеджмента	№	Области классического направления менеджмента
1	В нем акцент делается на научное обоснование организации производства. Большой частью преподносится промышленный менеджмент.	А	Классический административный менеджмент
2	Базируется на точном определении должностных обязанностей, а также зон ответственности сотрудников. Существует четкое разграничение между управлением и собственностью. Управление строится исключительно на безличной основе, во главе которой	Б	Концепция бюрократических организаций.

	стоит рациональность. Предполагает ведение формальной отчетности		
3	Первостепенное внимание уделялось организации как полноценному организму. Основными являются такие функции, как организация, планирование, контроль, координация и командная цепочка.	В	Научный менеджмент

## 22. Установите соответствие между левым и правым столбцами

№	Области классического направления менеджмента	№	Основатели направлений классического менеджмента
1	Научный менеджмент	А	А. Файоль и М. П. Файолет стали основателями этой области.
2	Классический административный менеджмент	Б	Основателем выступил М. Вебер.
3	Концепция бюрократических организаций.	В	В данной области очень ценной является рациональность. Основана Ф. У. Тейлором, Ф. Гилбертом и Г. Гантом. -

## 23. Установите соответствие между левым и правым столбцами

№	Описание метода	№	Название метода
1	Основаны на подготовке и утверждении внутренних нормативных документов, регламентирующих деятельность персонала конкретного предприятия. К ним относятся устав предприятия или организации, коллективный договор между администрацией и трудовым коллективом, Правила внутреннего трудового распорядка, организационная структура управления, штатное расписание предприятия, положения о структурных подразделениях, должностные инструкции сотрудников и организация рабочих мест.	А	Дисциплинарная ответственность и взыскания
2	Применяются в случае нарушения трудового законодательства, когда имеет место дисциплинарный проступок, под которым понимается противоправное неисполнение или ненадлежащее исполнение трудовых обязанностей работником. Невыполнение работником трудовых обязанностей существует тогда, когда доказана его личная вина и он действовал умышленно и неосторожно.	Б	Материальная ответственность и взыскания.
3	Направлены на достижение поставленных целей управления, соблюдение внутренних нормативных документов или поддержание системы управления предприятием в заданных параметрах путём прямого административного регулирования. К ним следует отнести приказы, распоряжения, указания, инструкции, целевое планирование, нормирование труда, координацию работ и контроль исполнения.	В	Административная ответственность и взыскания

4	Выражается в их обязанности возместить ущерб, причинённый виновным действием или бездействием предприятию, на котором они работают. Возлагается на работников за ущерб, причинённый предприятию, с которым они состоят в трудовых отношениях, а также за ущерб, возникший в связи с возмещением им ущерба, причинённого его работниками третьим лицам, если этот ущерб возмещён предприятием.	Г	Распорядительные воздействия
5	Применяются в случаях совершения административных правонарушений.	Д	Организационные воздействия

24. Любая система управления состоит из двух подсистем \_\_\_\_\_.

25. В наиболее общем виде \_\_\_\_\_ можно охарактеризовать как процесс, включающий в себя разработку основных направлений деятельности и развития организации, определение потребностей в ресурсах и средствах, необходимых для реализации указанных направлений, а также выбор методов и способов осуществления намеченных мероприятий.

26. \_\_\_\_\_ представляет собой выбор альтернативы, осуществленный руководителем в рамках его должностных полномочий и направленный на достижение целей организации.

27. \_\_\_\_\_ менеджмента рассматривает управленческое решение как процесс, состоящий из трех стадий: подготовка решения, принятие решения и реализация решения.

28. \_\_\_\_\_ подход исходит из того, что применение того или иного метода решения проблемы определяется ситуацией.

29. Ограниченное право распоряжаться ресурсами и определять действия работников организации – это \_\_\_\_\_.

30. Состав управленческих подразделений предприятия, а также отдельных руководителей и их регулярные информационные взаимосвязи по совместному осуществлению управленческой деятельности – это \_\_\_\_\_.

## 8.2 Вопросы к зачету

### Вопросы для подготовки к зачету в 8 семестре (для очной формы обучения) и в 8 семестре (для заочной формы обучения)

1. Простая интерпретация понятия авторских и смежных прав.
2. Почему «права» это Ваш капитал, как возникают активы «прав» и как ими правильно распоряжаться.
3. Авторское право и право на исполнение. Кто помогает администрировать эти активы.
4. Какова роль Паблিশера или Музыкального Издательства.
5. Общества по коллективному управлению авторскими и по коллективному управлению смежными правами.
6. Кому принадлежит право распоряжаться фонограммой (мастер-копией звуковой записи)
7. Роль Рекорд Лейбла или Звукозаписывающей компании.

8. Дистрибуция фонограмм. Особенности цифровой дистрибуции.
9. Музыка как контент. Метаданные.
10. Структура лицензионного договора.
11. Структура музыкального рынка.
12. Розничный рынок. Музыкальные сервисы. Цифровые продажи (Itunes, Spotify, Deezer и т д). Взаимодействие с видео-сервисами (Youtube и т п)
13. Мобильные продажи.
14. Музыкальный рынок B2B. Что такое синхронизация или музыка в кино, рекламе, видео.
15. Аудио-брендинг.
16. Стратегия и планирование вывода музыкального продукта на рынок.
17. Маркетинг музыкального продукта.
18. Стратегия и планирование вывода музыкального продукта на рынок.
19. Кто такой менеджер артиста и зачем он нужен артисту?
20. Структура шоу-бизнеса в России и основные действующие лица.
21. Организационно-правовые формы предприятий культуры и налогообложение.
22. Экономика и бизнес-планирование в музыкальной индустрии.
23. Концертная деятельность, контракты, логистика, составление бытовых и технических райдеров.
24. Особенности работы в студии, саундпродюсирование.
25. Творческие и инновационные подходы к промоушену артиста. Роль рекорд лейбла в промоушене артиста.
26. Продвижение музыкального проекта за рубежом.
27. Продвижение музыкального проекта в интернете.
28. Жизнь музыкального проекта в СМИ.
29. Производство видеоклипов, выбор режиссера, оператора.
30. Имидж артиста, создание запоминающегося сценического образа артиста.
31. Продвижение артиста на музыкальный рынок при помощи PR- технологий.
32. Музыкальные фестивали, обзор российских и зарубежных муз. Фестивалей, плюсы и минусы выступления на фестивалях.
33. Виды концертных площадок – от клубов до стадионов. Работа с клубами.
34. Юридические аспекты отношений менеджера и артиста, виды контрактов.
35. Как начинающим артистам попасть в эфир ТВ и радиостанций?
36. Как привлечь внимание к творчеству артиста?
37. Как правильно составить контракт?
38. Как и кому можно продавать музыку?
39. Как правильно организовать концертную деятельность? И многое другое.
40. Стадии продвижения музыкального проекта.
41. Проблема стратегического планирования шоу.
42. Разновидности продюсирования: саунд-продюсер и продюсер-менеджер.
43. Шоу-проект и механизмы продвижения музыкального продукта на рынок.
44. Промокомпания проекта, дистрибуция, концертная и гастрольная деятельность.
45. Роль музыкальных издательств, управляющих правами авторов музыкального материала – композиторов и поэтов-песенников.
46. Рекорд-компании и тиражирование творческого продукта, оборот денежных средств в музыкальном бизнесе.
47. Функции арт-менеджера в сценической деятельности артиста.
48. Основные этапы PR-компании.
49. Продюсерский проект от создания идеи до концертной деятельности: разработка концепции, выбор продюсера, организация кастинга, пиар и разработка имиджа артиста, выбор рекорд-компании, организация фотосессии, вокал артиста и хореография шоу, режиссура, выступления.
50. Составление бизнес-плана, расчет налогов.



## 9. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие методы образовательных технологий:

- методы ИТ – использование Internet-ресурсов для расширения информационного поля и получения профессиональной информации;
- междисциплинарное обучение – обучение с использованием знаний из различных областей (дисциплин), реализуемых в контексте конкретной задачи;
- проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний для решения конкретной поставленной задачи;
- обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента посредством ассоциации их собственного опыта с предметом изучения.

Изучение дисциплины «Менеджмент музыкальной деятельности» осуществляется студентами в ходе прослушивания лекций, участия в практических занятиях, а также посредством самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

В рамках лекционного курса материал излагается в соответствии с рабочей программой. При этом преподаватель подробно останавливается на концептуальных темах курса, а также темах, вызывающих у студентов затруднение при изучении. В ходе проведения лекции студенты конспектируют материал, излагаемый преподавателем, записывая подробно базовые определения и понятия.

В ходе проведения лекционных занятий студенты отвечают на вопросы, вынесенные на самостоятельную подготовку, осуществляют коллективную дискуссию по конкретной проблематике. В их основе лежит индивидуальная или групповая работа обучающихся. Кроме того, в ходе лекционного занятия может быть проведено тестирование, предполагающее выявление уровня знаний по пройденному материалу.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции, самостоятельная работа студентов и консультации.

При проведении различных видов занятий используются интерактивные формы обучения:

Занятия	Используемые интерактивные образовательные технологии
лекция	Кейс-метод (разбор конкретных ситуаций), дискуссии, коллективное решение творческих задач. Интерактивные вебинары – традиционная лекция с дискуссией, разбором, демонстрацией слайдов или фильмов. Голосование, опросы – обсуждение, в ходе которого ученики активно включаются в поиск истины, открыто делятся мнениями и учатся аргументировать свою точку зрения. Мозговой штурм – совместное генерирование идей и поиск нестандартных творческих решений. Проекты – самостоятельная работа над поставленной задачей. Тренинги – совместный поиск решения проблемы с последующим обсуждением.



## 10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
<b>Теоретические вопросы для устного опроса в ходе собеседования</b>	
отлично (5)	Студент в полном объеме владеет материалом по изучаемой теме. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения
хорошо (4)	Студент знает материал по изучаемой теме, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок.
удовлетворительно (3)	Студент не в полном объеме знает материал по изучаемой теме, допускает неточности, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части материала по изучаемой теме. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.
<b>Контрольная работа (ЗФО)</b>	
зачтено	Работа демонстрирует достаточный уровень знаний студента, овладевшего элементами компетенции «знать» и «уметь». Если в контрольной работе присутствуют все структурные элементы, вопросы по заданному варианту раскрыты полно или имеются незначительные ошибки, изложение материала логично, выводы аргументированы. В списке источников достаточное количество позиций, нет грубых ошибок в его оформлении.
не зачтено	Контрольная работа демонстрирует неудовлетворительный уровень знаний студента, не овладевшего ни одним из элементов компетенции, т.е. обнаружившего существенные пробелы в знании основного программного материала по дисциплине, допустившего принципиальные ошибки при применении теоретических знаний. Если контрольная работа, выполнена небрежно, не по заданному варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению. В списке источников не достаточное количество позиций, имеются грубые ошибки в его оформлении.
<b>Тестовое задание</b>	
отлично (5)	Студент ответил на 85-100% вопросов.
хорошо (4)	Студент ответил на 55-84% вопросов.
удовлетворительно (3)	Студент ответил на 30-54% вопросов.
неудовлетворительно	Студент ответил на 0-29% вопросов.

(2)	
<b>Итоговая аттестация (зачет)</b>	
зачтено	Студент показывает знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляется с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим незначительные погрешности в ответе. Студент посещает лекционные и практические занятия, активно участвует в обсуждении вопросов, рассматриваемых на занятиях, инициативно выступает с докладами, свободно владеет основным материалом по программе дисциплины, основными понятиями и категориями курса, ориентируется в основной и дополнительной литературе по предмету, демонстрирует практические умения и навыки по решению практических задач.
Не зачтено	Студент при ответе на заданные вопросы не способен показать знания основных вопросов дисциплины, он не владеет основными категориями и понятиями дисциплины, а также практическими умениями и навыками по решению практических задач.

## 11. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

### Основная литература:

1. Глушко А.Н., Сазыкин А.М. География туризма. — Владивосток : ТИДОТ ДВГУ, 2002. — 265 с.
2. Елканова Д. И. Основы индустрии гостеприимства : учеб. пособие / Д. И. Елканова, Д. А. Осипов, В. В. Романов, Е. В. Сорокина. — М. : Дашков и Ко, 2009. — 125 с.
3. Валигурский Д. И. Организация предпринимательской деятельности : учебник. — 3-е изд. — М. : Дашков и Ко, 2012. — 520 с.
4. Жарков А.Д. Технология культурно-досуговой деятельности : учеб.-мет.пос. — 2-е изд., перер. и доп. — М. : Профиздат, 2002. — 288 с.
5. Жаркова Л. С. Организация деятельности учреждений культуры : учебник / Л. С. Жаркова. — М. : МГУКИ, 2010. — 396 с.
6. Жданова К. И. Управление и экономика в шоу-бизнесе : учеб. пособие / К. И. Жданова. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 176 с.
7. Матюхина Ю. А. Индустрия туризма : учеб. пособие. — 2-е изд., стер. — М. : ФЛИНТА, 2013. — 309 с.
8. Джадкинс Р. Искусство креативного мышления / пер. с англ. П. Миронова. — М. : Азбука-Аттикус, 2016. — 280 с. : ил.
9. Макаренко О. Г. Креативный менеджмент : учеб. пособие / О. Г. Макаренко, В. Н. Лазерев. — Ульяновск : УлГТУ, 2011. — 154 с.
10. Киселева Т. Г. Социально-культурная деятельность : учебник / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. — М. : МГУКИ, 2004. — 539 с.
11. Корнеева С. М. Музыкальный менеджмент : Учеб. пособие / С.М. Корнеева. — М. : Юнити-Дана, 2006. — 303 с.
12. Лэндри Ч. Креативный город. — М. : Классика-XXI, 2011. — 399 с.
13. Миклтуэйт Дж., Вулдридж А. Магия менеджмента / пер. с англ. М. В. Измestьева. — М. : АСТ, 2004. — 420 с.
14. Новиков Д. А. Методология управления / Д. А. Новиков. — М. : Либроком, 2011. — 128 с.
15. Переверзев М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учеб. пособие / М. П. Переверзев, Т. В. Косцов. — М. : Инфра-М, 2010. — 192 с.
16. Сладкевич В. П. Современный менеджмент : Опорный конспект лекций / В.П. Сладкевич, А.Д. Чернявский. — 3-е изд., стереотип. — К. : МАУП, 2003. — 152 с. : ил.
17. Тульчинский Г. Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина. — СПб. : Планета музыки, 2010. — 384 с.
18. Тульчинский Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособ. / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. — 4-е изд., испр. и доп. — СПб : Лань, 2009. — 528 с. : ил.
19. Учебник креативного мышления/С.Торп, пер.с англ.О.Г.Белошеев, -Минск : «Попурри», 2010-288с.: ил.

## Дополнительная:

1. Асанова И. М. Организация культурно-досуговой деятельности: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / И. М. Асанова, С. О. Дерябина, В. В. Игнатьева. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Академия, 2012. - 192 с.

---

2. Веснин В. Р. Основы менеджмента: Учебник. -М.: Ин-т междунар. права и экон.; Триада, ЛТД, 1996.
3. Дип С, Сасмен Л. 2000 советов бизнесмену. - СПб: Питер Пресс, 1997.
4. Ерошенков И. Н. Культурно-воспитательная деятельность среди детей и подростков: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Ерошенков И. Н. - М. : ВЛАДОС, 2004. - 221 с.
5. Жарков А. Д. Социально-культурные основы эстрадного искусства: история, теория, технология : учеб. пособие, Ч.1 / А. Д. Жарков. - М. : МГУКИ, 2003. - 188 с.
6. Жарков А. Д. Социально-культурные основы эстрадного искусства : история, теория, технология : учеб. пособие, Ч.2 / А. Д. Жарков. - М. : МГУКИ, 2004. - 215 с.

---

7. Жарков А.Д. Технология культурно-досуговой деятельности учеб.-мет.пос. - 2-е изд., перер. и доп. -М. : Профиздат, 2002. - 288 с.
8. Зарайский Д. А. Управление чужим поведением. Технология личного психологического влияния. - Дубны: ИЦ «Феникс», 1997.
9. Иванов, Г. П. Экономика культуры [Текст] : учеб. пособие для вузов / Г. П. Иванов, М. А. Шустров. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 184 с.
10. Игнатьева, Е. Л. Экономика культуры [Текст] : учеб. пособие / Е. Л. Игнатьева. – Москва : ГИТИС, 2006. – 231 с

---

11. История мировой культуры : .мировых цивилизаций. Учебное пособие / Г.В.Драч. — 6-е изд. — Ростов н/Д : Феникс, 2008. — 533 с. : ил.
12. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей.– М.:Прогресс, 1990.
13. Карцева Л. В. Социология культуры : учебное пособие / Л. В. Карцева, Ю. В. Шабалина. - 2-е изд. - М. : Дашков и К, 2008. - 232 с.
14. Кафаров, Г. М. Развитие платных услуг в учреждениях культуры [Текст] / Г. М. Кафаров, Г. М. Галуцкий, О. В. Мазун. – Москва : МГУК, 2003. – 301 с.
15. Кравченко А. И. Культурология : учебное пособие для вузов / А. И. Кравченко. — 4-е изд. — М. : Академический проект, 2003. — 496 с.
16. Культурно-досуговая деятельность: учебник / под научной редакцией академика РАЕН А. Д. Жаркова и профессора В. М. Чижикова. – Москва : МГУК, 1998. – 461с.
17. Кузин Ф. А. Культура делового общения: Практическое пособие для бизнесменов. - М.: Ось-89, 1996.
18. Михайлова Л. И. Социология культуры : Учеб. пособ. - 2-е изд., доп. - М. : Дашков и КО, 2004. - 344 с.
19. Новикова Г. Н. Технологические основы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Г. Н. Новикова. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : МГУКИ, 2010. — 158 с.
20. Окладникова Е. А. Социология культуры : учеб. пособ. / Е. А. Окладникова. — СПб. : Бизнес-пресса, 2008. — 312 с.

21. Переверзев, М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусства [Текст] : учеб. пособие / М. П. Переверзев, Т. В. Косцов. – Москва : Инфра-М, 2009. – 192 с.
22. Чекалов Д. А., Кондратов В. А. История мировой культуры : Конспект лекций. — Ростов н/Д : Феникс, 2005. — 352 с.

Интернет-источники:

1. Киселева, Т. Г. Основы социально-культурной деятельности: учебное пособие / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – Москва, 2003. – 164 с. <https://studfiles.net/preview/2957992/>.
2. Рябков, В.М. Антология информационно-просветительных форм культурно-досуговой деятельности в России (вторая половина XX века). [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/2958431/>.
3. Федеральный портал «Российское образование»: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.edu.ru/>.
4. Электронная гуманитарная библиотека: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gumfak.ru/>.

## **12.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. Для проведения лекционных и практических занятий используются специализированное оборудование, учебный класс, который оснащён аудиовизуальной техникой для показа лекционного материала и презентаций.

Для самостоятельной работы студенты используют литературу читального зала библиотеки Академии Матусовского, имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии, а также возможность использования компьютерной техники, оснащенной необходимым программным обеспечением, электронными учебными пособиями и законодательно-правовой и нормативной поисковой системой, имеющий выход в глобальную сеть Интернет.