

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

Кафедра театрального искусства

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета экранных и сценических
искусств
М.Л. Чепрасова

28.08.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
МЕНЕДЖМЕНТ ШОУ-БИЗНЕСА

Уровень высшего образования - бакалавриат

Направление подготовки – 51.03.05 Режиссура театрализованных представлений и праздников

Профиль – Постановка театрализованных представлений и праздников

Форма обучения – очная, заочная

Год набора – 2024 год

Луганск 2024

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ОПОП и ФГОС ВО направления подготовки 51.03.05 Режиссура театрализованных представлений и праздников, профиль «Постановка театрализованных представлений и праздников» утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06.12.2017 г. № 1181.

Программу разработала Е.Н. Колесникова, старший преподаватель кафедры театрального искусства

Рассмотрено на заседании кафедры театрального искусства (Академия Матусовского)

Протокол № 1 от 28.08.2024 г.

Зав. кафедрой

В.Н. Титова

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Менеджмент шоу-бизнеса» входит в часть формируемая участниками образовательных отношений адресована студентам 3 (6 семестр) курса очной формы обучения и студентам 3 (6 семестр) курса заочной формы обучения направления подготовки 51.03.05 Режиссура театрализованных представлений и праздников, профиль «Постановка театрализованных представлений и праздников» Академии Матусовского. Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента и социокультурных технологий.

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: «История музыки», «История кино-, телеискусства», «История костюма».

Содержание дисциплины «Менеджмент шоу-бизнеса» позволяет студентам освоить технологические аспекты организации и проведения мероприятий в процессе осуществления социально-культурной деятельности. Курс содержит основные сведения о сущности, специфике и основных структурных компонентах современных социально-культурных технологий, их типологии и классификации. Основная цель дисциплины: освоение знаний, умений и навыков в области технологической деятельности как системы управления социокультурными процессами.

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

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме:

устная (устный опрос, доклад по результатам самостоятельной работы и т. п.);

письменная (письменный опрос, выполнение практических заданий и т. д.).

И промежуточный контроль в форме зачета:

- в 6 семестре – для очной формы обучения;

- в 6 семестре – для заочной формы обучения.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 з. е., 72 часа.

Для очной формы обучения - 2 з.е. (72 часа) в 6 семестре.

Для заочной формы обучения – 2 з.е. (72 часа) в 6 семестре.

Программой дисциплины для очной формы обучения предусмотрены:

- в 6 семестре: лекционные занятия (18 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа (36 ч.).

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены:

- в 6 семестре: лекционные занятия (4 ч.), практические занятия (4 ч.), самостоятельная работа (64 ч.).

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель преподавания дисциплины: освоение знаний, умений и навыков в области управления социокультурной деятельности и возможность эффективного выбора правильных управленческих решений в реализации культурно-творческой, просветительской, рекреативной, образовательной деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать у студентов представления о многообразии технологий социально-культурной деятельности;
- изучить методологии решения конкретных социокультурных проблем;
- освоить комплекс социокультурных технологий, информационно-просветительской, культурно-творческой и рекреационной деятельности.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Курс входит в часть формируемая участниками образовательных отношений и адресован студентам по направлению *подготовки* 51.03.05 Режиссура театрализованных представлений и праздников, *профиль* «Постановка театрализованных представлений и праздников».

Основывается на базе дисциплин: «История музыки», «История кино-, телеискусства», «История костюма».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Музыкальное оформление праздников и спектаклей», «Методика организации массовых праздников», «Сценография массовых праздников и спектаклей».

Освоение дисциплины будет необходимо при прохождении практик: *ознакомительной, научно-исследовательской, проектно-технологической, преддипломной, подготовке к государственной итоговой аттестации.*

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО направления подготовки 51.03.05 Режиссура театрализованных представлений и праздников: УК-3, ОПК- 1.

№ компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.	<p>Знать: принципы, методы и содержание основных технологий организации социально-культурной деятельности.</p> <p>Уметь: самостоятельно ориентироваться, анализировать и обобщать информацию о приоритетных направлениях развития социально-культурной сферы, подготавливать, организовывать и проводить мероприятия и программы в рамках современных технологий социально-культурной деятельности.</p> <p>Владеть: навыками выбора оптимальных технологических решений для различных социально-демографических групп населения</p>
ОПК-1	Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики.	<p>Знать: предмет, цели, задачи, понятийный аппарат и научные основы технологического обеспечения социально-культурной деятельности.</p> <p>Уметь: составлять цели и задачи организации технологического процесса в учреждениях культуры.</p> <p>Владеть: навыками анализа и выбора социокультурных технологий, повышения их эффективности; навыками решения практических задач в технологическом процессе исходя из действующих федеральной и региональной культурной политики.</p>

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Структура учебной дисциплины в 6 семестре (для очной формы обучения) и
в 6 семестре (для заочной формы обучения)

Названия смысловых модулей и тем	Количество часов							
	Очная форма				Заочная форма			
	всего	в том числе			всего	в том числе		
		о	л	п		с.р.	л	п
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Тема 1. Менеджмент шоу - бизнеса - искусство создания продукта в сфере СКД	14	4	4	6	14	1	1	12
Тема 2. Формирование миссии: организации, фирмы, проекта.	14	4	4	6	14			14
Тема 3. Организация как ключевой фактор успеха в шоу - бизнесе.	10	2	2	6	10	1		9
Тема 4. Управленческие решения как основа организационной деятельности в ШБ.	10	2	2	6	10	1	1	8
Тема 5. Формирование целей управления в ШБ.	8	2	2	4	8			8
Тема 6. Создание продюсерской фирмы. Организационная культура и ее развитие в ШБ.	8	2	2	4	8	1		7
Тема 7. Формирование и развитие коллектива в ШБ.	8	2	2	4	8			8
Всего часов	72	18	18	36	72	4	2	66

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Менеджмент шоу - бизнеса - искусство создания продукта в сфере СКД.

Менеджмент, управление, руководство - основные понятия, сущность цели и задачи. Связь менеджмента и бизнеса.

Литература: [1]; [4]; [8].

Тема 2. Формирование миссии: организации, фирмы, проекта.

Миссия компании основные понятия. Клиент. Услуги. Ценности. Определение целей и задач. Организации на основании миссии. Миссия для написания и реализации проектов.

Литература: [1]; [4]; [8].

Тема 3. Организация как ключевой фактор успеха в шоу -бизнесе.

Понятие организации. Принципы организации. Свойства организации. Организационная система основные элементы и типы. Системный подход (системный анализ). Виды организаций. Функции организаций. Общая характеристика организации.

Литература: [1]; [4]; [8].

Тема 4. Управленческие решения как основа организационной деятельности в ШБ.

Управление. Уровни управления фирмой. Способы управленческих воздействий в организации ШБ. Основные стили управления. Понятие УР (управленческого решения)

Факторы влияющие на процесс принятия решения. Классификация УР. Процесс принятия УР.

Литература: [1]; [8]; [18].

Тема 5. Формирование целей управления в ШБ.

Понятие и сущность цели. Цель управления и ее виды. Функции целей управления. «Дерево целей». Основные различия между целями менеджмента и организационными целями.

Литература: [1]; [4]; [8]; [18].

Тема 6. Создание продюсерской фирмы. Организационная культура и ее развитие в ШБ.

Основные правила ШБ. Понятие «фирма», «продюсерская фирма». Создание продюсерской фирмы. Преимущества и недостатки юридических форм предпринимательства. Организационная культура в ШБ. Понятие организационной культуры в ШБ. Типология организационной культуры в ШБ.

Литература: [1]; [4]; [8]; [18].

Тема 7. Формирование и развитие коллектива в ШБ.

Человек и организационное окружение. Сущность, виды и характеристика коллективов (групп). Формальные и неформальные группы: основные отличия и особенности управления. Факторы, которые влияют на эффективность работы группы. Формирование и развитие коллектива.

Литература: [1]; [4]; [8]; [18].

6.2 Практические задания

Тема 1. Менеджмент шоу - бизнеса - искусство создания продукта в сфере СКД.

1. Менеджмент, управление, руководство - основные понятия, сущность цели и задачи.
2. Связь менеджмента и бизнеса.
3. Разделение труда в ШБ. Продюсер и его деятельность. Этика продюсера.

Термины: социально-культурная деятельность, менеджмент, управление, руководство, бизнес, продюсер, культурно-просветительная работа, культурно-воспитательная работа, культурно-досуговая деятельность.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Понятие «менеджмент шоу-бизнеса» в своем историческом и современном контекстах обладает эволюционной преемственностью по отношению к таким терминам, как «продюсер», «руководство СКД», «культурно-просветительная работа», «культурно-воспитательная работа», «культурно-досуговая деятельность», управление учреждений социально-культурной сферы. Чем обусловлена диалектика появления и развития этого понятия «менеджмент шоу-бизнеса»?

3. В каждом из терминов, предшествовавших или сопутствующих сегодня понятию «менеджмент шоу-бизнеса», заключены глубокий смысл и содержание. В чем, по Вашему мнению, состоит: а) потенциал «управления» в социально-культурной деятельности; б) преемственность; традиции в) специфика влияния на развитие личности г) характер взаимоотношений.

Литература:[1, 3, 4, 8, 19]

Тема 2. Формирование миссии: организации, фирмы, проекта.

1. Миссия компании основные понятия.
2. Миссия для реализации проектов.
3. Определение целей и задач.

Термины: структура организации, миссия, цели, задачи, миссия компании, исследование, ценность.

Выполнить:

1. Какое значение для социально-культурной деятельности имеет понятие «менеджмент шоу-бизнеса» и какие виды ценностей включены в социально-культурную систему общества?

2. Сопоставьте различные схемы управления в культуре. Докажите, что по степени своей значимости для индивида, личности данные виды градации не отрицают, а дополняют друг друга, способствуют более глубокому осмыслению понятия «миссия организации культуры».

3. Человек как фактор, оказывающий решающее воздействие на структуру и характер отрасли культуры.

Литература:[1, 4, 8, 19]

Тема 3. Организация как ключевой фактор успеха в шоу -бизнесе.

1. Понятие, принципы и свойства организации.
2. Виды и функции организации.
3. Общая характеристика , жизненный цикл организации. Новые организационные структуры

Термины: социально-культурной деятельности, субъект социально-культурной деятельности, организация, учреждения культуры, система, индустрия досуга, чистый досуг, полу-досуг.

Выполнить:

1. Проанализируйте деятельность учреждения культуры по следующей схеме:

- вид учреждения, его название, место расположения учреждения (поселок, город), основные виды деятельности учреждения;
 - характеристика социально-культурной среды (какие учреждения культуры, коммерческие учреждения культуры имеются; и т.д.);
 - охарактеризуйте подробно основные направления, содержание, формы социально-культурной деятельности выбранной Вами организации.
- Литература:*[1, 4, 8, 18, 19]

Тема 4. Управленческие решения как основа организационной деятельности в ШБ.

- 1.Способы управленческих воздействий в организации ШБ.
- 2.Основные стили управления. Понятие УР (управленческого решения).
- 3.Факторы влияющие на процесс принятия управленческого решения.

Термины: процесс, стили управления, объекты управления, субъекты управления, организация, учреждения культуры, управленческие решения.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по темам:
 - Основные стили управления;
 - Способы управленческих воздействий в организациях шоу-бизнеса;
 - Какие факторы влияют на процесс принятия управленческих решений деятельности учреждений социально-культурной сферы.

Литература:[1, 4, 8, 18, 19]

Тема 5. Формирование целей управления в ШБ.

1. Понятие и сущность цели.
2. Цель управления и ее виды.
3. Функции целей управления. «Дерево целей»
4. Основные различия между целями менеджмента и организационными целями.

Термины: «дерево целей», функции целей, цель управления, цели менеджмента, «творческий подход», «хозяйственный механизм».

Выполнить:

- 1.Изучить основную и дополнительную литературу по темам:
 - Функции управления организаций социально-культурной сферы;
 - организация эффективного менеджмента в шоу-бизнесе;
 - «Дерево целей» и функции целей управления в социокультурной деятельности;
 - основные различия между целями менеджмента и организационными целями;
 - текущая документация учреждений культуры и искусства: приказы, распоряжения, договоры.

Литература:[1, 4, 8, 18, 19]

Тема 6. Создание продюсерской фирмы. Организационная культура и ее развитие в ШБ.

1. Основные правила шоу-бизнеса.
2. Понятие «фирма», «продюсерская фирма».
3. Преимущества и недостатки юридических форм предпринимательства.
4. Организационная культура в шоу-бизнесе.

Термины: «фирма», «продюсерская фирма», организационная культура, культура в шоу-бизнесе, организационные способности, повышение квалификации, ролевые функции, эстетический, общекультурный, профессиональный, социально-психологические, социализация личности.

Выполнить:

1. В чем на Ваш взгляд основные правила шоу-бизнеса?
2. Какова организационная культура в шоу-бизнесе? Дайте характеристику организационным способностям руководителя в шоу-бизнесе. Охарактеризуйте кадровую политику, ее ведущее место в руководстве социально-культурной сферой.

Литература:[1, 4, 8, 18, 19]

Тема 7. Формирование и развитие коллектива в ШБ.

1. Сущность, виды и характеристика коллективов (групп).
2. Факторы, которые влияют на эффективность работы группы.
3. Формальные и неформальные группы: основные отличия и особенности управления.
4. Формирование и развитие коллектива.

Термины: коллектив, групп, формирование коллектива, формальные группы, неформальные группы, виды групп, управление в шоу-бизнесе.

Выполнить:

1. Проанализируйте формальные и неформальные группы социально-культурной деятельности.
2. Охарактеризуйте управление социально-культурных учреждений государственного, регионального подчинения.
3. Назовите основные отличия и особенности управления формальных и неформальных групп, направленных на удовлетворение потребностей людей в цивилизованном досуге.
4. Выделите социально-культурные (образовательные, художественно-зрелищные, развлекательно-игровые, оздоровительные) услуги.

Литература:[1, 8, 18, 19]

7. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Основными формами самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины «Менеджмент шоу-бизнеса» является работа над темами для самостоятельного изучения и подготовка докладов к практическим занятиям.

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;
- подготовка к практическим занятиям;
- 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 6 семестре (для очной формы обучения) и в 6 семестре (для заочной формы обучения)

Тема 1. Менеджмент шоу - бизнеса - искусство создания продукта в сфере СКД.

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы.

Тема 2. Формирование миссии: организации, фирмы, проекта.

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

Тема 3. Организация как ключевой фактор успеха в шоу -бизнесе.

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

Тема 4. Управленческие решения как основа организационной деятельности в ШБ.

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

Тема 5. Формирование целей управления в ШБ.

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

Тема 6. Создание продюсерской фирмы. Организационная культура и ее развитие в ШБ.

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

Тема 7. Формирование и развитие коллектива в ШБ.

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

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 6 семестре

1. Истоки развития шоу - бизнеса в России.
2. Музыкальный шоу-бизнес на современном этапе развития.
3. Что такое менеджмент шоу-бизнеса и его специфика.
4. Менеджмент в шоу-бизнесе - управление или руководство.
5. Формирование ценностей как основы успешной деятельности менеджера в шоу – бизнесе.
6. Доверие в менеджменте шоу - бизнеса, как объединение организации в единое целое.

7. Что лежит в основе менеджмента индустрии развлечений.
8. Продюсер и его деятельность.
9. Проблемы управления шоу - бизнесом в России.
10. Процессный подход в управлении шоу – бизнесом.
11. Формирование продюсерской команды, выявление лидера.
12. Объект и субъект управления в деятельности менеджера шоу – бизнеса.
13. Виды рекламной деятельности. Средства распространения рекламы.
14. Соблюдение этики в музыкальном менеджменте.
15. Психология менеджера – проектов, как основа успешного развития продукта шоу – бизнеса.
16. В чем заключается важность постановки целей и задач в менеджменте индустрии развлечений.
17. Конкуренция в музыкальной индустрии. Конкурентные преимущества в проекте.
18. Виды и способы финансирования мероприятий шоу-бизнеса.
19. Формирование «звезды» - как бренда.
20. Стратегическое управление в музыкальной индустрии.
21. Планирование - его важность при создании проекта в сфере искусства.
22. Виды и способы продвижения продукта и услуг на рынок музыкальной индустрии.
23. Создание климата и культуры поддерживающих стратегию лидерства в шоу – бизнесе.
24. Причины изменения спроса на продукт. Жизненный цикл продукта в шоу – бизнесе.
25. Маркетинговая коммуникация и медиа - планирование как инструмент деятельности менеджера шоу - бизнеса.
26. Основы техники персональных продаж в индустрии развлечений.
27. Ключевые факторы успеха продюсера.
28. В чем суть музыкального менеджмента.
29. Функции и задачи менеджера в организации концертно - гастрольной деятельности коллектива.
30. Функции и задачи менеджера в организации эффективной работы театра.
31. Функции и задачи менеджера в организации эффективной и профессиональной работы артиста.
32. Функции и задачи менеджера в организации эффективной работы рекламы на ТВ.
33. Функции и задачи менеджера в организации проведения конкурсов и фестивалей.
34. Введение инновационных технологий на разных этапах раскрутки продукта или услуги.
35. Различия и взаимосвязи между торговой маркой и брендом в шоу – бизнесе.
36. Стратегическое планирование в музыкальном менеджменте.
37. Виды финансирования шоу – проектов.
38. Маркетинговая стратегия и тактика в организации шоу – программ.
39. Объективные и субъективные функции финансового менеджмента.
40. Как формировать вопросы для разведки потребностей и возможностей клиента в сфере музыкальной индустрии.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ

8.1 Тестовые задания

**Комплект тестовых заданий для опроса в ходе проведения промежуточной аттестации
в 6 семестре (для очной формы обучения) и
в 6 семестре (для заочной формы обучения)**

1. Что создает структуру управления организацией?
 - а). совокупность линейных органов управления;
 - б). совокупность функциональных служб;
 - в). совокупность линейных и функциональных служб (органов);
 - г). совокупность органов управления;
 - д). совокупность программно-целевых служб.

2. Цели организации должны удовлетворить такие основные требования:
 - а). достижимость, конкретность, ориентация во времени;
 - б). достижимость и ориентация во времени;
 - в). ориентация во времени и конкретность;
 - г). достижимость;
 - д). ориентация во времени.

3. Организация как объект менеджмента:
 - а). выступает в качестве основной единицы рыночной экономики, в рамках которой принимаются управленческие решения;
 - б). служит связующим звеном между государством и потребителями произведенных благ и услуг;
 - в). помогает государству в сборе и аккумулировании различных видов налогов.

4. В соответствии с концепцией Мескона основные (общие) функции управления реализуются в следующем порядке:
 - а). планирование, организация, мотивация, контроль;
 - б). организация, планирование, контроль, мотивация;
 - в). планирование, организация, контроль, мотивация;
 - г). мотивация, контроль, планирование, организация;
 - д). стратегия, планирование, организация, контроль.

5. Что обеспечивает управленческая функция «мотивация»?
 - а). достижение личных целей;
 - б). побуждение работников к эффективному выполнению поставленных задач;
 - в). исполнение принятых управленческих решений;
 - г). обеспечение беспорного влияния на подчиненного;
 - д). побуждение работников к деятельности.

6. Как можно объяснить сущность принципа «подчиненность личного интереса общему»?
 - а). в организации всегда должен учитываться только личный интерес руководителей организации;
 - б). интерес одного работника должен преобладать над интересами организации в целом;
 - в). интерес отдельных менеджеров должен преобладать над интересами отдельных групп работников;
 - г). в организации интересы одного работника или группы не должен преобладать над интересами организации в целом;
 - д). интерес организации не должен преобладать над интересами коллектива.

7. К инструментальным формам и жанрам музыки относятся:

- а) опера, водевиль, мюзикл;
- б) концерт, фуга, токката;
- в) оперетта, балет, мюзикл;
- г) концерт, симфония, соната.

8. К произведениям музыкально-сценического жанра относятся:

- а) опера, водевиль, мюзикл;
- б) опера, концерт, токката;
- в) оперетта, балет, мюзикл;
- г) концерт, оперетта, мюзикл.

9. Какие из перечисленных ниже являются основными этапами процесса принятия решений в административном менеджменте?

- а) определение проблемы, сбор информации, анализ альтернатив, принятие решения, контроль и оценка
- б) планирование, контроль, оценка
- в) анализ, планирование, оценка, отчетность

10. Какие драматургические компоненты содержит в себе музыкальное произведение?

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

11. Внутренний процесс организации звукового материала, определяемый классическими структурными элементами драматургии - экспозицией, завязкой, развитием действия, кульминацией, развязкой и окончанием – это:

- а) динамика музыкального произведения;
- б) композиция музыкального произведения;
- в) оригинальная музыкальная форма;
- г) темпо-ритм музыкального произведения.

12. Укажите разновидности профессионального творческого мышления сценариста-постановщика в процессе создания культурно-досуговых программ?

- а) зрелищное мышление;
- б) конкурсное мышление;
- в) художественно-публицистическое мышление;
- г) ритмическое мышление;
- д) игровое мышление;
- е) обрядовое мышление;
- ж) фольклорное мышление.

13. 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.

14. Психологические параметры культурно-художественных образов:

- а) привлекательность, убедительность, значимость;
- б) лабильность, ригидность, сензитивность;

в) толерантность, принципиальность, децентрированность.

15. Построение музыкального произведения опирается на:

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

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

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

17. 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.

18. основополагающий драматургический компонент музыкального произведения, определяющий его неповторимый облик и смысл-это:

- а) музыкальная драматургия;
- б) музыкальный язык;
- в) музыкальная тема;
- г) музыкальная мысль.

19. 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.

20. Распределительные процессные проявления административных отношений – это

- а) сроки, периоды, даты,
- б) руководства, инструкции, функции,
- в) нормы, квоты, пропорции,
- г) контроль исполнения, санкции.

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. Большей 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 стоит рациональность. Предполагает ведение формальной отчетности	Б	Концепция бюрократических организаций.
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

№	Суть принципов управления согласно административной школе менеджмента -	№	Принципы
1	Благодаря реализации этого принципа можно уменьшить количество объектов, на которых каждый участник управленческого процесса концентрирует свое внимание	А	Ответственность и власть.
2	Предполагает наличие права отдавать приказы, а также силы, которая требует повиновения. Разделяют официальную (иногда ее называют должностной) и личную (ту, которая обоснована личными качествами) власть.	Б	Справедливость
3	. Предполагается, что вне зависимости от рода деятельности работник может получать приказы исключительно от одного должностного лица	В	Разделение труда.
4	Особенности административного менеджмента состоят в том, что руководитель любой компании должен попытаться вселить дух справедливости, которая объединяет все уровни скалярной цепи. Только благодаря этому можно быть уверенным в том, что персонал будет работать с максимальной отдачей и преданностью организации.	Г	Единство распоряжения

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,	А	Дисциплинарная ответственность и взыскания

	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.		
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. Организационное нормирование (_____) направлено на создание системы норм, правил, инструкций и регламентов, служащей базой для проектирования процессов на предприятии и управления ими.

8.2 Вопросы к зачету

Вопросы для подготовки к экзамену в 6 семестре (для очной формы обучения) и в 6 семестре (для заочной формы обучения)

1. Понятие организации, основные характеристики организации в ШБ.
2. Особенности менеджмента в шоу – бизнесе.
3. Принципы менеджмента в ШБ.
4. Возникновение и развитие продюсерские в России.
5. Сущность управленческой деятельности. Роли руководителя по классификации Минцберг.
6. Организация концертно - гастрольного тура.
7. Управленческие функции и уровни управления. Соотношение ролей и задач в работе руководителей разных уровней.
8. Контроль в системе управления в учреждениях культуры.
9. Общие основы управления и менеджмента.
10. Функции и задачи менеджера в организации эффективной работы театра.
11. Основные положения классической и административной школ управления.
12. Маркетинговые коммуникации и медиа планирование как инструмент деятельности менеджера шоу – бизнеса.
13. Сущность школы человеческих отношений и науки о поведении людей.
14. В чем сущность музыкального менеджмента.
15. Особенности системного и ситуационного подходов в управлении.
16. Функции и задачи менеджера в организации эффективной и профессиональной работы артиста.
17. Современные направления развития науки управления. Сущность новой управленческой парадигмы, которая формируется в России.
18. Раскройте сущность понятия «продюсерский проект» в шоу – бизнесе.
19. Принципы управления и их развитие в рамках классического подхода к управлению. Принципы управления Ф. Тейлора, Г.Эмерсон и А.Файоля.
20. Организация финансирования продюсерского проекта в шоу – бизнесе.
21. Условия формирования и особенности принципов управления планово-административной системы хозяйствования.
22. Современные принципы управления организацией и методология их формирования.
23. Система методов управления, их сущность и особенности.
24. Роль менеджера проекта и арт - менеджера в создании продюсерского продукта.
25. Административные методы управления организацией и сферы их эффективного применения.
26. Экономические методы управления и сферы их эффективного применения в ШБ.
27. Социально-психологические методы управления и сферы их эффективного применения в ШБ.
28. Формирование «звезды» как бренда проекта.
29. Правовые методы управления в ШБ.
30. Внутренние составляющие организации. Ключевые задачи менеджмента в области формирования внутренней среды.
31. Цели как средства формирования и развития организации. Классификация целей. Построение "дерева целей".
32. Структура организации и факторы, влияющие на ее построение. Производственная структура, структура аппарата управления и организационная структура.
33. Роль людей в организации. Факторы, влияющие на поведение человека в организации.

34. Ключевые факторы успеха продюсера в шоу – бизнесе.
35. Отличие массовой культуры от поп-культуры, суб-культуры и тоталитарной культуры.
36. Почему готовность к предпринимательской деятельности в области массовой культуры является одной из важнейших черт менеджера шоу-бизнеса?
37. Формирование каких профессиональных качеств (возможностей) менеджера шоу-бизнеса является актуальной задачей современного специализированного образования, и почему?
38. Сущность и задачи планирования. Место планирования среди функций управления. Принципы планирования в ШБ.
39. Методы поиска и отбора артиста его потенциальным персональным менеджером.
40. Виды внутрифирменного планирования и их взаимосвязь. Система планов организации.
41. Понятие стратегии. Значение и необходимость разработки стратегии. Уровни стратегии.
42. Методология и этапы стратегического планирования деятельности предприятия. Формулировка миссии и целей.
43. Анализ внешних угроз и возможностей организации.
44. Применение маркетинга в деятельности клубных учреждений.
45. Процесс управленческого обследования сильных и слабых сторон организации культуры. SWOT анализ.
46. Анализ стратегических альтернатив и выбор общей стратегии организаций культуры.
47. Функциональные стратегии организации и их роль в обеспечении реализации общей стратегии организаций сферы культуры.
48. Классификация маркетинговых стратегий продюсерских проектов и факторы, влияющие на их выбор.
49. Управление реализацией стратегического плана продюсерского проекта. Концепция управления по целям.
50. Сущность организационной функции и ее место в системе управления. Понятие и составляющие организационной деятельности. Организационная структура как результат организационной деятельности.
51. Факторы проектирования организации в сфере культуры - внешняя среда, технология, стратегический выбор.
52. Формирование подразделений организационной структуры культурного заведения. Централизация и децентрализация при построении организационной структуры.
53. Определение обязанностей и полномочий. Делегирование полномочий. Типы полномочий. Диапазон контроля в ШБ.
54. Общая характеристика типов организационных структур. Механистические и органические структуры и сферы их успешного функционирования.
55. Преимущества и недостатки различных типов организационных структур. Выбор типа организационной структуры в учреждениях культуры.
56. Сущность и эволюция понятия мотивации. Потребности и вознаграждения, мотивы и стимулы.
57. Сущность и сравнительная характеристика содержательных теорий мотивации.
58. Сущность и характеристика процессуальных теорий мотивации.
59. Теории поддержки желаемого поведения. Методы регулирования поведения людей.
60. Понятие контроля и его место в системе управления. Сферы виды управленческого контроля в организациях сферы культуры.
61. Функция менеджмента "регулирования". Планирование оперативных управленческих работ.
62. Оперативное регулирование и контроль хода работ.

63. Место принятия решений в процессе управления. Типы управленческих (организационных) решений и требования к их принятию. Подходы к принятию решений.
64. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений. Индивидуальное и групповое принятие решений.
65. Принятие решений с использованием рациональной технологии: содержание и требования к осуществлению этапов.
66. Какие основные источники и способы получения доходов в шоу-бизнесе? Обоснуйте ответ.
67. Методы коммуникации и коммуникационные каналы - их преимущества, недостатки и сферы эффективного использования.
68. Межличностные коммуникации - виды и характеристика.
69. Коммуникационные барьеры. Способы устранения коммуникационных барьеров и повышения эффективности коммуникаций.
70. Виды и характеристика организационных коммуникаций. Формальные и неформальные коммуникации. Коммуникационные сети.
71. Применение технических средств в коммуникации. Информационные системы и персональные средства электронных коммуникаций.
72. Организационная культура и ее составляющие. Развитие организационной культуры.
73. Типы организационной культуры. Влияние организационной культуры на эффективность деятельности организации.
74. Юридическая и социальная ответственность организаций. Этика и современное управление в организациях сферы культуры.
75. Организационные изменения и их природа. Роль организационных изменений в формировании конкурентных преимуществ фирмы. Управление организационными изменениями.
76. Факторы, влияющие на эффективность деятельности групп в организации. Распределение ролей между членами группы.
77. Человек и организационное окружение. Модели взаимодействия человека и организационного окружения. Специфика работы в коллективе.
78. Сущность, виды и характеристика коллективов (групп). Причины возникновения групп. Влияние группы на поведение индивидов в организации.
79. Развитие группы. Межличностные и межгрупповые конфликты - причины, последствия, способы управления.
80. Стадии развития группы и стили управления группами.
81. Власть, влияние и их баланс. Формы власти, применяемых в практике руководства.
82. Убеждение и привлечения работников к сотрудничеству участием в управление как инструменты влияния на их поведение.
83. Руководство и лидерство и их роль в обеспечении эффективной работы коллектива. Различия в понятиях руководства и лидерства.
84. Факторы и обстоятельства, формирующие эффективного руководителя (лидера). Лидерство как совокупность определенных черт характера руководителя.
85. Организационная эффективность и подходы к ее определению.
86. Понятие эффективности управления организацией. Ключевые элементы системы оценки эффективности управленческой деятельности.
87. Виды организационной эффективности.
88. Критерии эффективности организационной деятельности в организациях сферы культуры.
89. Оценка эффективности реализации инновационных решений и инновационных проектов.
90. Жизненный цикл продукта продюсерского проекта в сфере шоу-бизнеса.

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 шоу-бизнеса» 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 практических занятий студенты отвечают на вопросы, вынесенные на самостоятельную подготовку, осуществляют коллективную дискуссию по конкретной проблематике. Такие занятия обеспечивают связь теории с профессиональной практикой. В их основе лежит индивидуальная или групповая работа обучающихся. Кроме того, в ходе практического занятия может быть проведено тестирование, предполагающее выявление уровня знаний по пройденному материалу.

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

При проведении различных видов занятий используются интерактивные формы обучения:

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

10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
Теоретические вопросы для устного опроса в ходе собеседования	
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.
Контрольная работа (ЗФО)	
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.
Тестовое задание	
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)	
Итоговая аттестация (зачет)	
Зачтено	<p>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 задач менеджмента шоу-бизнеса.</p>
Не зачтено	<p>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 задач менеджмента шоу-бизнеса.</p>

11. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Валигурский Д.И. Организация предпринимательской деятельности: Учебник/Д.И.Валигурский-3-е изд.- М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012 -520с.
2. Чарная И. В.Введение в экономику культуры : учеб. пособие / И. В. Чарная. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : МГУКИ, 2010. — 185
3. Жарков, А.Д. Технологии культурно-досуговой деятельности. -М.: МГУКИ, 2000.
4. Жаркова Л. С. Организация деятельности учреждений культуры : учебник / Л. С. Жаркова. — М. : МГУКИ, 2010. — 396 с.

5. Жданова К.И. Управление и экономика в шоу-бизнесе : учено пособ. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 176 с. Жданова, Е.И. Менеджмент шоу – бизнеса. – М.: МГУК. 2007.
6. Жданова, Е.И. Управление и экономика шоу-бизнеса. - М.: Финансы и статистика, 2003.
7. Зайцев В. П. Режиссура естради та масових видовищ : Навчальний посібник / В.П. Зайцев. - 2-е вид. - К. : Дакор, 2006. — 252 с.

8. Киселева, Т. Г. Социально-культурная деятельность [Текст] : учеб. / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – Москва : МГУКИ, 2004. – 539с.
9. Корнеева, Светлана Михайловна. Музыкальный менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов/ С. М.. Корнеева- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006.-303с.
10. Киселева Т. Г.Социально-культурная деятельность : учебник / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. — М. : МГУКИ, 2004. — 539 с
11. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. - М.: Дело, 2000. – 704с.
12. Миклтуэйт Дж. Магия менеджмента /Дж. Миклтуэйт А. Вулдридж: Пер. с англ. М.В. Измestьева- М.:ООО «Издательство АСТ» ООО «Транзит книга». 2004.-414.с.-(Бизнес для новичков и экспертов)
13. Новиков Д.А. Методология управления –М.:Либроком,2011,-128(серия «Умное управление»)
14. Переверзев, М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусства [Текст] : учеб. пособие / М. П. Переверзев, Т. В. Косцов. – Москва : Инфра-М, 2009. – 192 с.
15. Рамперсад Хьюберткк Общее управление качеством личностные и организационные изменения /Пер. с англ.-М.: ЗАО «Олимп-Бизнес»2005.-256с.:ил..
16. Тульчинский, Г.Л., Герасимов, С.В., Лохина, Т.Е. Менеджмент специальных событий в сфере культуры: Учеб. пособие. 1-е изд. М.: изд-во «Планета музыки», 2009.
17. Тульчинский, Г.Л. Менеджмент в сфере культуры. СПб.: Лань, 2008.
18. Чарная И. В. Введение в экономику культуры : учеб. пособие / И. В. Чарная. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : МГУКИ, 2010. — 185 с.
19. Чижиков В. М. Теория и практика социокультурного менеджмента : учебник / В. М. Чижиков, В. В. Чижиков. — М. : МГУКИ, 2008. — 608 с.

Дополнительная:

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

2. Бойделл Т. Как улучшить управление организацией. Пособие для руководителя. - М.: АО «Иифра-М», 1995.
3. Броининг Г. Руководство по ведению переговоров. Пер. с нем. - М.: Инфра-М, 1996.
4. Веснин В. Р. Основы менеджмента: Учебник. - М.: Ин-т междунар. права и экон.; Триада, ЛТД, 1996.
5. Дип С, Сасмен Л. 2000 советов бизнесмену. - СПб: Питер Пресс, 1997.
6. 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.
7. Жарков А. Д. Социально-культурные основы эстрадного искусства: история, теория, технология : учеб. пособие, Ч.1 / А. Д. Жарков. - М. : МГУКИ, 2003. - 188 с.
8. Жарков А. Д. Социально-культурные основы эстрадного искусства : история, теория, технология : учеб. пособие, Ч.2 / А. Д. Жарков. - М. : МГУКИ, 2004. - 215 с.

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

13. История мировой культуры : .мировых цивилизаций. Учебное пособие / Г.В.Драч. — 6-е изд. — Ростов н/Д : Феникс, 2008. — 533 с. : ил.
14. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей.– М.:Прогресс, 1990.
15. Карцева Л. В. Социология культуры : учебное пособие / Л. В. Карцева, Ю. В. Шабалина. - 2-е изд. - М. : Дашков и К, 2008. - 232 с.
16. Кафаров, Г. М. Развитие платных услуг в учреждениях культуры [Текст] / Г. М. Кафаров, Г. М. Галуцкий, О. В. Мазун. – Москва : МГУК, 2003. – 301 с.
17. Кравченко А. И. Культурология : учебное пособие для вузов / А. И. Кравченко. — 4-е изд. — М. : Академический проект, 2003. — 496 с.
18. Кузьмин И. Психо-технологии и эффективный менеджмент. - М.: Технолог, шк. бизнеса, 1994.
19. Культурно-досуговая деятельность: учебник / под научной редакцией академика РАЕН А. Д. Жаркова и профессора В. М. Чижикова. – Москва : МГУК, 1998. – 461с.
20. Кузин Ф. А. Культура делового общения: Практическое пособие для бизнесменов. - М.: Ось-89, 1996.
21. Кук Э. Работа с менеджерами: Руководство для секретарей / Пер. с англ. - М.: Изд-во ДИС, 1998.

22. Ладанов И. Д. Практический менеджмент: Психотехника управления и самотренировки. - М., 1995.
23. Михайлова Л. И. Социология культуры : Учеб. пособ. - 2-е изд., доп. - М. : Дашков и К0, 2004. - 344 с.
24. Новикова Г. Н. Технологические основы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Г. Н. Новикова. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : МГУКИ, 2010. — 158 с.
25. Окладникова Е. А. Социология культуры : учеб. пособ. / Е. А. Окладникова. — СПб. : Бизнес-пресса, 2008. — 312 с.
26. Коннор Джозеф, Сеймор Джон. Введение в нейролингвистическое программирование: Пер. с англ. - Челябинск: Версия, 1997.
27. Палеха Ю. Организация современной деловой коммуникации; Учеб-метод. пособие. - К.: МАУП, 1995.
28. Паркинсон Дж. Р. Люди сделают так, как захотите вы: Пер. с англ. - М.: Новости, 1993.
29. Переверзев, М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусства [Текст] : учеб. пособие / М. П. Переверзев, Т. В. Косцов. – Москва : Инфра-М, 2009. – 192 с.
30. Психология управления. Курс лекций / Л. К. Аверченко, Г. М. Залесов Р. И. Мокшанцев, В. М. Николаенко; Отв. ред. М. В. Удальцова. - Новосибирск: Изд-во НГАЭиУ; М.: Инфра-М, 1997,
31. Сидорина, И., Коробина, М. Народные театры России / И. Сидорина, М. Коробина. - Москва, 1981.-141с.
32. Соколов, А. В. Введение в теорию социальной коммуникации : учеб. пособие / А. В. Соколов. — СПб : СПбГУП, 1996. — 220 с.
-
33. Сухарев В. А. Психология интеллекта. - Донецк: Сталкер, 1997.
34. Социальная психология: Курс лекций / Н. М. Ануфриева, Т. Н. Зелинская, Н. Я. Зелинский. - К.: МАУП, 1995.
35. Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А. Я. Кибанова.- М.: Инфра-М.: 1997.
36. Цветков Э. Тайные пружины человеческой психики, или как расширить сферу своего влияния. - М.: МРЦ МЖК «Центр-2000», 1993
37. Шепель В.М. Имиджология: секреты личного обаяния. - М.: 1994
38. Шуванов В. И. Социальная психология менеджмента. - М.: ЗАО «Бизнес-школа»; «Интел-синтез», 1997.
39. Шейное В. П. Психология и этика делового контакта. - Минск.: Амалфея, 1997.
40. 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. Лазарева, Л.Н. История и теория праздников: учеб. пособие по специальности 153300 Режиссура театрализ. представлений и праздников / Л. Н. Лазарева ; Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – Челябинск : ЧГАКИ, 2007. - 278 с. https://college-art.ru/site_get_file/6146/lazareva_l_n_istoriya_i_teoriya_prazdnikov.pdf.

3. 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/>.
4. Федеральный портал «Российское образование»: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.edu.ru/>.
5. 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.