

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Кафедра хореографії

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-
педагогічної і навчальної роботи
та рекрутації,

проф. Гаврилюк С. В.



[Handwritten signature]
_____ 16 грудня _____ 2015 р.

МЕНЕДЖМЕНТ ШОУ-БІЗНЕСУ
Робоча програма
нормативної навчальної дисципліни
підготовки бакалавра
напряму 6.020202 Хореографія

Луцьк-2015

Робоча програма навчальної дисципліни „Менеджмент шоу-бізнесу” для студентів за напрямом підготовки 6.020202 Хореографія. – 2015р.- 11с. ”12” жовтня 2015р.

Розробник: Г.І. Кутузова доцент, к.пед.н.

Рецензент: В.М. Шостак доцент, к.істор.н.

Програма навчальної дисципліни затверджена на засіданні кафедри хореографії протокол № 3 від 13 жовтня 2015р.

Завідувач кафедри:



В. І. Дужич – Ніколайчук

Робоча програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною комісією інституту мистецтв

протокол № 2 від 14.10 2015р

Голова науково-методичної комісії інституту мистецтв



П. Й. Шиманський

Робоча програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною радою університету

протокол № 4 від 16.12. 2015р. _____

1. Опис навчальної дисципліни

Таблиця 1

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітній-ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів 3	0202 "Мистецтво"	нормативна
	6.020202 «Хореографія»	
Модулів <u> 2 </u>	Хореографія	Рік підготовки <u> 4 </u>
Змістових модулів <u> 2 </u>		Семестр <u> 7 </u>
ІНДЗ: / <u> нема </u>		Лекції <u> 20 </u> год.
Загальна кількість годин <u> 90 </u>		Практичні (семінари) <u> 16 </u> год.
Тижневих годин (для денної форми навчання): аудиторних <u> 2 </u> консультації <u> 2 </u> індивідуальної роботи <u> 2 </u>	Бакалавр”	Самостійна робота <u> 48 </u> год.
		консультацій <u> 6 </u> год.
		Форма контролю: залік

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни „Менеджмент шоу-бізнесу”- ознайомлення студентів з особливостями розвитку вітчизняного та зарубіжного менеджменту шоу-бізнесу, підготовка майбутніх фахівців до організації, керівництва та ведення менеджменту шоу-бізнесу.

Основними завданнями вивчення дисципліни „Менеджмент шоу-бізнесу” є

- **Методичні:** вивчення особливостей розвитку вітчизняного та зарубіжного менеджменту шоу-бізнесу.

- **Пізнавальні:** засвоєння знань з менеджменту шоу-бізнесу.

- **Практичні:** навчити майбутніх фахівців застосовувати набуті знання у майбутній професійній діяльності та науково-дослідній роботі.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

Знати:

- психолого-педагогічні особливості роботи з різними категоріями населення;
- напрями і форми розвитку вітчизняного та світового менеджменту шоу-бізнесу;
- основи менеджменту соціокультурної діяльності;
- методики проведення менеджменту шоу-бізнесу.

Вміти:

- здійснювати аналіз різноманітних соціальних явищ та процесів;
- вміти виявляти розбіжності (спільне-відмінне) у культурах окремих країн і регіонів;
- здійснювати планування, підготовку та управління процесом проведення заходу через виконання конкретних завдань, які забезпечують гармонійний розвиток естетичної свідомості особистості;
- робити підбір необхідного педагогічно-обгрунтованого матеріалу та застосовувати ефективні методи його подачі;
- використовувати методики, які стимулюють творчу активність особистості, створюють передумови для вільного вибору виду діяльності за інтересами;
- реалізувати свій творчий потенціал в умовах колективного спілкування;
- створювати атмосферу співтворчості та взаєморозуміння;
- застосовувати набуті знання у практичній діяльності.

3. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні аспекти менеджменту шоу-бізнесу.

ТЕМА 1. Менеджмент у сфері культури.

Менеджмент. Менеджмент в дії. Структура менеджменту. Функції менеджменту. Предмет менеджменту. Економічні категорії. Споживча вартість. Виробничі ресурси. Інформаційно-творчі ресурси. Роль основних фондів у сфері культури. Структура творчо-виробничих витрат. Фінансове забезпечення шоу-програми. Основні етапи діяльності менеджера шоу-бізнесу.

ТЕМА 2. Шоу-Бізнес як явище культури.

Культура як цілісна суспільна система. Системний аналіз культури, традицій її розвитку, взаємодій між різними її елементами. Шоу-бізнес як елемент культури сучасного світу. Аналіз культурних феноменів як „зовнішніх” (фестивалі, концерти, шоу), так і внутрішніх, пов’язаних з психологічними поняттями ментальності, духу епохи, стилю, моди, що зумовлюють попит на певні явища культури.

ТЕМА 3. Історія шоу-бізнесу в Україні.

Умови і чинники формування шоу-бізнесу. Зарубіжний шоу-бізнес 60-80 років. Становлення українського музичного шоу-бізнесу (1994-1997). Музична шоу-культура. Поп-музика як соціальний феномен. Українське телебачення. Специфіка українського шоу-бізнесу порівняно з російським. Інфраструктура українського шоу-бізнесу. Особливості ведення шоу-бізнесу закордоном.

ТЕМА 4. Маркетинг у шоу-бізнесі.

Маркетинг як сукупність видів людської діяльності спрямованих на задоволення потреб шляхом обміну. Комплексне дослідження ринку шоу-бізнесу. Шоу-продукція. Функції маркетингу. Комерціалізація концертної діяльності. Взаємодія комерційної і некомерційної сфери шоу-бізнесу. Продюсерські агенції, які поєднують проблеми національної культури з проблемами бізнесу. Розробка товарної політики. Контроль за маркетинговою діяльністю. Конкуренція як складова частина маркетингу. Реклама в системі маркетингу.

ТЕМА 5. Особливості менеджменту шоу-бізнесу.

Бізнес як системно організований процес. Шоу – як специфічний бізнес. Ознаки шоу-бізнесу. Аспекти шоу-бізнесу. Економічні аспекти. Індустрія розваг як складова економіки. Фінансова статистика. Джерела фінансування. Культурологічний аспект. Соціологічний аспект аналізу.

Змістовий модуль 2. Практичні аспекти менеджменту шоу-бізнесу.

ТЕМА 6. Технічні засоби шоу-бізнесу.

Відео. Відеопродукція. Електронні мас-медіа. Формування масового попиту на культурну продукцію. Відеопроєкційна техніка. Аудіопродукція. Відеокліп- авторська продукція. Поліграфічна база шоу-бізнесу.

ТЕМА 7. Масові форми культурно-дозвілєвої діяльності.

Масовість як умова існування шоу-бізнесу. Музичне мистецтво та його масові форми. Концерти. Гала-концерти. Конкурси естрадної музики. Фестивалі. Естрадне та циркове мистецтво. Ілюзіон-шоу. Відео-бізнес. Кіно-бізнес. Ігрові та шоу-програми. Масові свята, зокрема спорт-шоу. Організація масових заходів шоу-бізнесу.

ТЕМА 8. Психологічні основи шоу-бізнесу.

Популярність як основа масовості. Типологія аудиторії. Соціально-психологічний аналіз аудиторії. Немузичні характеристики слухача. Загальномузичні характеристики. Характеристика музичного сприймання. Соціально-психологічні механізми впливу.

ТЕМА 9. Правові основи шоу-бізнесу.

Закони, що забезпечують умови розвитку національного шоу-бізнесу. Авторське право. Колективна творчість. Право на репродукування. Право на перевидання та цитування. Право на виставу (постановку вистави). Авторський гонорар. Особисті представники (менеджери). Правове забезпечення спонсорства і меценатства. Міжнародні правові акти.

ТЕМА 10. Менеджмент соціокультурної діяльності.

Ефективність методів менеджменту. Практичне вивчення досвіду соціокультурної діяльності в Європі та світі. Розробка концепцій та проектів направлених на соціокультурну діяльність; Розробка моделей успішної співпраці з різними категоріями населення. Особливості планування соціокультурної діяльності. Виконання творчих завдань.

4. Структура навчальної дисципліни

Таблиця 2.

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	Усього	у тому числі				
		Лек.	Практ. (Семін.)	Лабор.	Конс.	Сам. роб.
1	2	3	4	5	6	7
Змістовий модуль 1. Теоретичні аспекти менеджменту шоу-бізнесу.						
Тема 1. Менеджмент у сфері культури.	6	2	2		2	
Тема 2. Шоу-бізнес як явище культури.	4	2	2			
Тема 3. Історія шоу-бізнесу в Україні.	4	2	2			
Тема 4 Маркетинг у шоу-бізнесі.	16	2	2			12
Тема 5. Особливості менеджменту шоу-бізнесу.	6	2	2		2	
Змістовий модуль 2. Практичні аспекти менеджменту шоу-бізнесу						
Тема 6 Технічні засоби шоу-бізнесу.	4	2	2			
Тема 7. Масові форми культурно-дозвілдової діяльності.	16	2	2			12
Тема 8. Психологічні основи шоу-бізнесу.	16	2	2			12
Тема 9. Правові основи шоу-бізнесу.	16	2			2	12
Тема 10. Менеджмент соціокультурної діяльності.	2	2				
Усього годин	90	20	16		6	48

4. Теми практичних занять

№ з/п	Тема	Кількість годин
1.	ТЕМА 1. Менеджмент у сфері культури. 1. Структура менеджменту. Функції менеджменту. 2. Економічні категорії менеджменту у сфері культури. 3. Структура творчо-виробничих витрат. 4. Фінансове забезпечення шоу-програми.	2
2.	ТЕМА 2 Шоу-бізнес як явище культури. 1.. Системний аналіз культури, традицій її розвитку, взаємодій між різними її елементами. 2. Шоу-бізнес як елемент культури сучасного світу. 3. Аналіз культурних феноменів як „зовнішніх” (фестивалі, концерти, шоу), так і „внутрішніх”..	2
3.	ТЕМА 3. Історія шоу-бізнесу в Україні. 1. Умови і чинники формування шоу-бізнесу. 2. Зарубіжний шоу-бізнес 60-80 років. 3. Становлення українського музичного шоу-бізнесу (1994-1997). 4. Особливості ведення шоу-бізнесу закордоном.	2
4.	ТЕМА 4. Маркетинг у шоу-бізнесі. 1. Маркетинг як сукупність видів людської діяльності спрямованих на задоволення потреб шляхом обміну. 2. Функції маркетингу. 3. Комерціалізація концертної діяльності. 4. Контроль за маркетинговою діяльністю.	2
5.	ТЕМА 5. Особливості менеджменту шоу-бізнесу. 1. Ознаки шоу-бізнесу. 2. Аспекти шоу-бізнесу.. 3. Індустрія розваг як складова економіки. 4. Культурологічний аспект.	2
6.	ТЕМА 6. Технічні засоби шоу-бізнесу. Відео. Відеопродукція. Електронні мас-медіа. Формування масового попиту на культурну продукцію. Відеопроєкційна техніка. Аудіопродукція. Відеокліп- авторська продукція. Поліграфічна база шоу-бізнесу.	2
7.	ТЕМА 7. Масові форми культурно-дозвіллевої діяльності. 1.. Музичне мистецтво та його масові форми. Концерти. Гала-концерти. Конкурси естрадної музики. Фестивалі. Естрадне та циркове мистецтво. Ілюзіон-шоу. Відео-бізнес. Кіно-бізнес. Ігрові та шоу-програми. Масові свята, зокрема спорт-шоу. Організація масових заходів шоу-бізнесу.	2
8.	ТЕМА 8. Психологічні основи шоу-бізнесу. 1. Популярність як основа масовості. 2. Соціально-психологічний аналіз аудиторії. 3. Немузичні характеристики слухача. 4. Загальномузичні характеристики. 5. Соціально-психологічні механізми впливу.	2
Разом:		16 год.

5. Самостійна робота

№ з/п	Тема	Кількість годин
1.	ТЕМА 4. Маркетинг у шоу-бізнесі.	12

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Комплексне дослідження ринку шоу-бізнесу. 2. Функції маркетингу. 3. Контроль за маркетинговою діяльністю. 4. Конкуренція як складова частина маркетингу. 	
	<p>ТЕМА 7. Масові форми культурно-дозвілєвої діяльності.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Шоу-бізнес як елемент культури сучасного світу. 2. Аналіз культурних феноменів як „зовнішніх” (фестивалі, концерти, шоу), так і внутрішніх пов’язаних з психологічними поняттями ментальності, духу епохи, стилю, моди, тощо. (практична робота). 	12
	<p>ТЕМА 8. Психологічні основи шоу-бізнесу.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Соціально-психологічний аналіз аудиторії. 2. Популярність як основа масовості. 3. Соціально-психологічні механізми впливу на аудиторію. 	12
	<p>ТЕМА 9. Правові основи шоу-бізнесу.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Закони, що забезпечують умови розвитку національного шоу-бізнесу. 2. Авторське право. Колективна творчість. 3. Правове забезпечення спонсорства і меценатства. 4. Міжнародні правові акти. 	12
Разом		48 год

Самостійна робота студентів включає підготовку до практичних занять, а також виконання самостійних завдань на основі засвоєння певного матеріалу.

5. Індивідуальні завдання

Виконання індивідуальних завдань викладач контролює на практичних заняттях.

Зміст індивідуальної роботи студентів

Кожен студент повинен обрати одну із запропонованих тем та написати реферат чи зробити аналіз (залежно від обраної теми).

ТЕМАТИКА РЕФЕРАТИВ:

1. Менеджмент як наука.
2. Особливості практичного менеджменту.
3. Структура менеджменту.
4. Функції менеджменту.
5. Економічні категорії.
6. Споживча вартість.
7. Виробничі ресурси.
8. Інформаційно-творчі ресурси.
9. Роль основних фондів у сфері культури.
10. Структура творчо-виробничих витрат.
11. Фінансове забезпечення шоу-програми.
12. Основні етапи діяльності менеджера шоу-бізнесу.
13. Культура як цілісна суспільна система.
14. Системний аналіз культури, традицій її розвитку, взаємодій між різними її елементами.
15. Шоу-бізнес як елемент культури сучасного світу.
16. Аналіз культурних феноменів як „зовнішніх” (фестивалі, концерти, шоу),
17. Аналіз культурних внутрішніх феноменів, пов’язаних з психологічними поняттями ментальності, духу епохи, стилю, моди, що зумовлюють попит на певні явища культури.
18. Умови і чинники формування шоу-бізнесу.
19. Зарубіжний шоу-бізнес 60-80 років.
20. Становлення українського музичного шоу-бізнесу (1994-1997).
21. Музична шоу-культура.

22. Специфіка українського шоу-бізнесу порівняно з російським. Інфраструктура українського шоу-бізнесу.
23. Особливості ведення шоу-бізнесу закордоном.
24. Маркетинг як сукупність видів людської діяльності спрямованих на задоволення потреб шляхом обміну.
25. Комплексне дослідження ринку шоу-бізнесу.
26. Комерціалізація концертної діяльності. Взаємодія комерційної і некомерційної сфери шоу-бізнесу.
27. Контроль за маркетинговою діяльністю.
28. Конкуренція як складова частина маркетингу.
29. Реклама в системі маркетингу.
30. Бізнес як системно організований процес.
31. Ознаки шоу-бізнесу. Аспекти шоу-бізнесу.
32. Економічні аспекти шоу-бізнесу.
33. Індустрія розваг як складова економіки.
34. Культурологічний аспект шоу-бізнесу.
35. Соціологічний аспект аналізу шоу-бізнесу.
36. Технічні засоби шоу-бізнесу.
37. Відео. Відеопродукція.
38. Формування масового попиту на культурну продукцію.
39. Відеокліп- авторська продукція.
40. Поліграфічна база шоу-бізнесу.
42. Масові форми культурно-дозвілєвої діяльності.
43. Музичне мистецтво та його масові форми
44. Ігрові та шоу-програми.
45. Масові свята, зокрема спорт-шоу.
46. Організація масових заходів шоу-бізнесу.
47. Психологічні основи шоу-бізнесу.
48. Правові основи шоу-бізнесу.
49. Правове забезпечення спонсорства і меценатства.
50. Міжнародні правові акти.
51. Менеджмент соціокультурної діяльності.
52. Особливості планування соціокультурної діяльності.

7.Методи навчання

Програма курсу передбачає використання словесних, наочних, практичних та проблемно-пошукових методів навчально-пізнавальної діяльності, які допоможуть ефективно використати години відведені для читання курсу.

8.Форма підсумкового контролю успішності навчання - залік

Студенти, які упродовж семестру набрали 75 і більше балів, залік не складають.

9.Методи та засоби діагностики успішності навчання

Основні методи діагностики успішності навчання – усний контроль (на кожному практичному занятті), перевірка самостійних занять.

Курс орієнтовано на зв'язок теоретичних знань із системою навчально-творчих завдань. Одні з них допомагають студентам конкретно уявити ті чи інші культурні факти та явища. Інші — пов'язані з розвитком навичок сприйняття та аналізу продукту менеджменту шоу-бізнесу.

10. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний контроль								Модульний контроль		Загальна Кількість балів
Модуль 1								Модуль 2 (Конт. Роботи)		
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2						
Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8	Т 9	30	30	100
5	5	5	5	5	5	5	5			

Максимальна кількість балів, яку може отримати студент за види занять:

Практичні заняття: за 1 заняття – 5 балів (3бал –відповідь; 1бал-доповнення; 1бал-контрольна робота).

Всього за практичні заняття – **40 балів**.

Дві модульні контрольні роботи (за кожним змістовим модулем 30 балів) – **60 балів**;

Критерії оцінювання:

Модульних контрольних робіт:

- глибина висвітлення питання -6 балів
- логічна послідовність викладу матеріалу – 6 балів;
- власна точку зору на проблему-6 балів;
- аналіз джерел з теми завдання – 6 балі;
- вміння робити висновки, узагальнення- 6 балів.

Всього: 30 балів.

Семінарських занять:

- змістовність, глибина висвітлення проблеми-1бал;
- логічна послідовність викладу матеріалу – 1бал;
- власна точку зору на проблему – 1бал;
- опрацювання джерел з теми заняття - 1 бал;
- вміння робити висновки, узагальнення – 1 бал.

Всього: 5 балів.

Самостійне завдання:

- актуальність та складність обраної проблеми;
- змістовність, глибина розкриття теми;
- творчий підхід, самостійність мислення;
- опрацювання літератури: кількісні і якісні параметри.

Шкала оцінювання (національна та ECTS)

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсової роботи (проекту), практики	для заліку
90 – 100	A	Відмінно	Зараховано
82 – 89	B	Добре	
75 - 81	C		
67 -74	D	Задовільно	
60 - 66	E		
1 – 59	Fx	Незадовільно	Не зараховано (з можливістю повторного складання)

11. Методичне забезпечення

1. Культурно-дозвіллева діяльність. метод. рек. до курсу. Луцьк: Волин.нац.ун-т ім.Лесі Українки.2012. -40с.

2.Кутузова Г.І. Культурно-дозвіллева діяльність: навч. посіб. для студ. Вищ. Навч. закл. / Галина Іванівна Кутузова. – Луцьк: Вежа-Друк, 2013. – 252 с.

12. Форма підсумкового контролю успішності навчання.

Підсумковий контроль успішності студента – залік, питання за змістом усього курсу.

13. Список джерел.

1. Бичко А.К. Теорія та історія світової і вітчизняної культури: Курс лекцій. – К.:Либідь, 1992. – 392 с.
2. Бокань В.А., Польовий Л.П. Історія культури України: Навч.посіб. – К.:МАУП. 2001 – 256 с.
3. Борзова Е.П. История мировой культуры. Спб: Лань, 2002.
4. Гальцева Р.А. Западноевропейская культурология между мифом и игрой // Самосознание европейской культуры XX века. –М., 1994.
5. Гуревич П.С. Культурология: Уч.пос. – М., 1996.
6. Дозвіллезнавство. В.Й.Бочелюк: Навчальний посібник. –Київ: ЦНЛ, 2006. -208 с.
7. Дозвілля в зарубіжних країнах. Петрова І.В.: Підручник. – К.: Кондор, 2005. -406 с.
8. Западноевропейская художественная культура ХУІІ века. –М., 1980.
9. Зернецька О. Нові засоби масової комунікації (соціокультурний аспект). –К., 1993.
- 10.Енциклопедія українознавства. Львів, 1993. – Т. 1-4., 1994.
- 11.Історія світової культурі. /Під ред. Л.Т.Левчук. –К., 1999.
- 12.Історія світової культури: Культурні регіони: Навч. пос. / під ред. А.К.Бичко. – К., 1993.
13. Килимник С. Український рік у народних звичаях в історичному освітленні. – К., 1994. – Кн. 1,2.
- 14.Кордон М.В. Українська та зарубіжна культура. К., ЦУЛ, 2002.
- 15.Культурология. XX век: Словар. –М., 1997.
- 16.Поплавський М.М. Менеджер культури. Підручник. – К.: МП «Леся», 1996. -416с.
- 17.Поплавський М.М. Менеджер шоу-бізнесу. Підручник. – К.: МП «Леся», 1996. -558с.
- 18.Дж.Гр. Скотт. Конфлікти та шляхи їх подолання. – К.1991.

