

М. В. ВОРОТНОЙ

МЕНЕДЖМЕНТ МУЗЫКАЛЬНОГО ИСКУССТВА

198 58 05

РГТУ им. А.И. Герцена
библиотека
музыкально-педагогической
литературы

ДОПУЩЕНО

УМО по направлению «Педагогическое образование»

Министерства образования и науки РФ

в качестве учебного пособия для вузов, ведущих подготовку
по направлению 050100 — «Педагогическое образование»



ПЛАНЕТА
МУЗЫКИ



• САНКТ-ПЕТЕРБУРГ •
• МОСКВА •
• КРАСНОДАР •

«РГТУ им. А.И. Герцена»

000101301

ББК 65.290я73

В 75

Воротной М. В.

В 75 Менеджмент музыкального искусства: Учебное пособие. — СПб.: Издательство «Лань»; Издательство «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2013. — 256 с. — (Учебники для вузов. Специальная литература).

ISBN 978-5-8114-1576-2 (Изд-во «Лань»)

ISBN 978-5-91938-110-5 (Изд-во «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ»)

Учебное пособие включает в себя общетеоретическую, историческую, методическую и практическую составляющие менеджмента. Автор кратко освещает различные сферы управленческой деятельности, уделяя более пристальное внимание вопросам классического арт-менеджмента и способам его практического осуществления.

Пособие предназначено для студентов (бакалавров и магистров) музыкальных факультетов педагогических вузов, а также консерваторий, вузов искусств. Книга адресована сотрудникам учреждений культуры и искусства для самообразования, а также всем интересующимся проблемами менеджмента классического музыкального искусства.

ББК 65.290я73

Vorotnoy M. V.

В 75 Music management: Textbook. — Saint-Petersburg: Publishing house "Lan"; Publishing house "THE PLANET OF MUSIC", 2013. — 256 pages. — (University textbooks. Books on specialized subjects).

The textbook includes general theoretical, historical, methodical and practical aspects of management. The author briefly tells about various spheres of management, paying special attention to the problems of classical art-management and the ways of its practical actualization.

The textbook is intended for the students (bachelors and masters) of music departments of pedagogical universities, music conservatories and art academies. The book will also be useful for the employees of cultural and art institutions for self-education, and for everyone who is interested in management of classical music art.

Рецензент:

Г. Л. ТУЛЬЧИНСКИЙ — доктор философских наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ.

Обложка:

А. Ю. ЛАПШИН

© Издательство «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2013

© М. В. Воротной, 2013

© Издательство «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ»,
художественное оформление, 2013

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
-----------------------	----------

РАЗДЕЛ I

ОБЩИЕ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА

1. ПОНЯТИЕ МЕНЕДЖМЕНТА	6
1.1. Этимология понятия «менеджмент»	6
1.2. Эволюция менеджмента	10
1.3. Категории, виды, функции менеджмента	23
1.4. Основные школы	26
2. ОРГАНИЗАЦИЯ	30
2.1. Понятие и общая характеристика организации	30
2.2. Миссия организации	32
2.3. Жизненные стадии и циклы организации	34
2.4. Документальное оформление организации	38
2.5. Структуры управления	43
3. ПЛАНИРОВАНИЕ	57
3.1. Виды планирования	58
3.2. Этапы процесса стратегического планирования	59
4. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ	60
4.1. Методы управления	60
4.2. Стили руководства	63
4.3. Проблемы лидерства	69
4.4. Требования к профессиональной компетенции менеджеров	73
5. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ В МЕНЕДЖМЕНТЕ	75
Типы информации	77
6. КАДРЫ	80
6.1. Мотивация и стимулирование	84
6.2. Награды, звания	84

РАЗДЕЛ II
МЕНЕДЖМЕНТ
МУЗЫКАЛЬНОГО ИСКУССТВА

7. ИЗ ИСТОРИИ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТА	90
7.1. Европейский путь	90
7.2. Развитие арт-менеджмента в России	98
7.3. Развитие отечественной музыкальной индустрии	116
7.4. Советский период	119
8. СПЕЦИФИКА МЕНЕДЖМЕНТА В СФЕРЕ АКАДЕМИЧЕСКОГО МУЗЫКАЛЬНОГО ИСКУССТВА	129
8.1. Этический кодекс менеджера искусства	135
8.2. Менеджер — менеджер	138
9. СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА В РОССИИ	140
9.1. Руководящие органы	140
9.2. Организация филармонического типа	142
9.3. Музыкальный театр	146
9.4. Творческий коллектив (при наличии собственного юридического лица)	148
9.5. Образовательное учреждение	149
9.6. Самодеятельность	150
10. МАРКЕТИНГ	151
10.1. Рентабельность сферы искусства	158
10.2. Арт-менеджмент как сфера услуг	161
11. РЕКЛАМА И ПРОМОУШН	165
11.1. Реклама	165
11.2. Промоушн (продвижение)	169
12. ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ	171
12.1. Бюджетное субсидирование	171
12.2. Фандрейзинг	174
12.3. Приобретение основных средств и оборудования («Закон о госзакупках» ФЗ-94)	181

13. ОРГАНИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЯ	183
13.1. Концерт	183
13.2. Запись в студии	185
13.3. Фестиваль	186
13.4. Конкурс	188
13.5. Пресс-конференция	188
13.6. Гастроли	192

РАЗДЕЛ III КОНТРОЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ	206
---	------------

Типовые задания для самостоятельной работы	206
Темы для докладов и сообщений	206
Примерные вопросы для экзамена (зачета)	208
Критерии оценивания	209
Система оценивания по дисциплине (технологическая карта)	211

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ	212
---	------------

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ	217
--	------------

ЛИТЕРАТУРА	220
-----------------------------	------------

Основная	220
Дополнительная	221

ПРИЛОЖЕНИЯ

<i>Приложение 1</i>	
ГЛОССАРИЙ	234

<i>Приложение 2</i>	
ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В СФЕРЕ ИСКУССТВА И КУЛЬТУРЫ	245

Российские документы	245
Международные документы	248