


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені ІВАНА ФРАНКА

Кафедра музичного мистецтва

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Дека́н факультету культури і мистецтв
Крохмальний Р. О.
2018 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МУЗИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

спеціальність 014 Середня освіта
спеціалізація 014.13 Музичне мистецтво
освітній рівень Магістр
факультет культури і мистецтв

2018 – 2019 навчальний рік

Робоча програма «Музичний менеджмент» для студентів за спеціальністю 014 Середня освіта спеціалізація 014.13 Музичне мистецтво. - Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. –15 с.

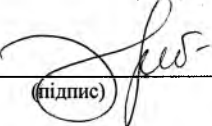
Розробники: Король О. М., доцент кафедри музичного мистецтва факультету культури і мистецтв, кандидат мистецтвознавства

(вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри музичного мистецтва

Протокол від “ 16 ” травня 2018 року № 8

Завідувач кафедри музичного мистецтва


_____ (Тайнель Е. З.)
(підпис)

Ухвалено Вченою радою факультету культури і мистецтв

Протокол від “ 13 ” червня 2018 року № 11

© ЛНУ імені Івана Франка, 2018 рік

© Король О.М., 2018 рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 01 Освіта/Педагогіка	Нормативна	
Модулів – 1	Спеціальність: 014 Середня освіта 014.13 Музичне мистецтво	Рік підготовки	
Змістових модулів – 1		1-й	1-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання _____ (назва)		Семестр	
Загальна кількість годин – 90		2-й	2-й
		Лекції	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 3,5	Освітній рівень: Магістр	16 год.	6 год.
		Практичні, семінарські	
		16 год.	4 год.
		Лабораторні	
		год.	год.
		Самостійна робота	
		58 год.	80 год.
		Індивідуальні завдання: год.	
Вид контролю:			
екзамен	екзамен		

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить (%):

для денної форми навчання – 16:29

для заочної форми навчання – 1:8

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

МЕТА – навчити магістрантів основ музичного менеджменту

Актуальність предмету визначається необхідністю удосконалення практичної підготовки музиканта-педагога та отримання ним знань та навичок як спеціаліста-керівника, директора, менеджера музичного колективу, чи виконавця в сфері шоу-бізнеса. Перехід до ринкових відносин не тільки в економіці, але й в культурі та освіті вимагає нового підходу до управління даним видом діяльності. Шоу-бізнес як особливий напрям комерційної діяльності охоплює різноманітні

види і жанри мистецтва. Найбільш пріоритетного напрямку в шоу-бізнесі отримала музична індустрія, основною проблемою в організації котрої є не тільки низький рівень виконавської майстерності, але й рівень менеджменту.

Тому в пропонованій програмі піддаються детальному аналізу питання менеджменту, серед яких відмінності в тлумаченні поняття продюсера в Україні і Європі, комплекс якостей, властивих ідеальній моделі продюсера, професійна етика продюсера; творчі аспекти, пов'язані із створенням ідеї, досценічним етапом роботи з артистом, звукозаписом, концертною і гастрольною діяльністю; економічні питання, пов'язані з написанням бізнес-плану і процесом спонсорінгу, а також правові проблеми діяльності продюсера.

Будучи організатором та керівником створення колективу, а в майбутньому - музичного продукту (компакт-диску, компакт-касети, відео і т.д.), спеціаліст зустрічається з необхідністю просувати на ринок музичну продукцію. Невідповідність між нормативними вимогами до спеціаліста і реальним станом справ у сфері музичної індустрії, відсутність концепції його підготовки, спеціальної навчальної і методичної літератури призвели до того, що перед системою підготовки музичних керівників повстав ряд проблем, пов'язаних з новим підходом формування спеціаліста, здатного застосувати професійні знання і вміння в системі ринкових відносин.

Навчання музичному менеджменту передбачає: використання конкретних ситуацій та практичних завдань, які допоможуть майбутньому вчителів-музикантові виробити вміння і навички щодо отримання та опрацювання інформації про внутрішнє і зовнішнє середовище мистецької організації чи колективу, визначення на своєму рівні стратегічної мети і тактичних завдань з просування мистецької продукції на відповідному ринку та надання послуг; розроблення програм і концепцій розвитку організації; формування портфеля замовлень; прийняття управлінських рішень з організації та регулювання виробничого процесу, управління персоналом, вирішення соціальних завдань трудового колективу, фінансових проблем організації, матеріально-технічного постачання в межах власної компетенції та делегованих повноважень; визначення перспектив розвитку організації.

В результаті вивчення даного курсу студент повинен знати: вирішення специфічних питань, пов'язаних з професійною роботою на музичному ринку, - в області менеджменту: комплекс ролей продюсера, стилі управління, формальне і неформальне управління, авторитет і престиж продюсера.

В результаті вивчення даного курсу студент повинен вміти: здійснювати в області творчості – креативну діяльність, технологію кліпмейкерства, постпромоушн, проводити PR і реклами в просуванні артиста; в області економіки – явище фандрайзінга в Україні, життєвий цикл музичного проекту, антикризове управління; в області права – контракт з артистом: «за і проти», діяльність авторськи-правових суспільств, їх функції і завдання.

Семестровий контроль знань проводиться у формі заліку та екзамену. Залік передбачає оцінку засвоєння студентом навчального матеріалу за підсумками його роботи на практичних заняттях, яка виставляється під час співбесіди або контрольної роботи з урахуванням результатів складання рубіжних атестацій.

Залік з дисципліни “Музичний менеджмент” має на меті перевірку знань студентів з теорії і виявлення навичок застосування отриманих знань при вирішенні практичних завдань, а також навичок самостійної роботи з навчальною і науковою літературою. Заліковий білет містить два теоретичних питання і практичне ситуаційне чи аналітичне завдання.

Курс «Музичний менеджмент» вивчається після опанування студентами дисциплін, «Правознавство», «Психологія музичних здібностей», «Музична психологія».

3. Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. Поняття, сутність, функції та методи музичного менеджменту

Тема 1 і 2. Сутність і роль управління та менеджменту. Історія розвитку менеджменту. Сутність поняття «музичного шоу-бізнесу»

Сутність категорій “управління” і “менеджмент”. Менеджери і підприємці — ключові фігури ринкової економіки. Інструменти менеджменту: ієрархія; організаційна культура; ринок. Сфери менеджменту: виробництво, фінанси, кадри, нововведення, облік, збут, зовнішньоекономічна діяльність.

Особливості музичного менеджменту в економічно розвинених країнах: північноамериканська модель менеджменту; західноєвропейська модель менеджменту; японська модель менеджменту. Концептуальні моделі сучасного менеджменту.

Особливості становлення сучасного шоу-бізнесу та музичного менеджменту в Україні.

Закони і закономірності менеджменту.

Класичні теорії менеджменту: школа наукового управління; класична школа управління; школа людських стосунків; школа виробничої демократії; школа поведінкових наук. Особливості сучасної фази розвитку науки менеджменту.

Напрями наукового формування вітчизняної моделі менеджменту.

Шоу-бізнес як сфера, що має наймасовішого споживача (кіно, ТБ, радіо).

Виробництво технічних засобів (світло, звук, сценічне устаткування), виробництво музичних інструментів. Постановочна (організація і постановка видовищних програм), видавнича діяльність, артистичний менеджмент.

Значення наявності у шоу-бізнесі необхідного ресурсного забезпечення, (капітал, матеріали, технології, інформація, людські ресурси).

Тема 3. Основні напрями діяльності в шоу-бізнесі

Маркетинг, видавництво, артистичний менеджмент, галузь видовищ, виробництво технічних засобів і музичних інструментів, реклама; директ-маркетинг; сейлз-промоушн; паблік-релейшнз.

Газети, журнали, книги, LP, CM, CD, DVD організація творчої, фінансової діяльності виконавця, групи, топ-моделі.

Телебачення, кіно, цирк, сценічні форми: шоу, показ мод та ін. Виробництво професійного світлового, звукового, сценічного обладнання, побутової техніки діяльності.

Тема 4 і 5. Музичні організації та колективи як об'єкти управління. Планування як загальна функція менеджменту

Поняття організації. Сутність і основні риси формальної організації. Мотивація виникнення. Принципи функціонування організацій. Складові категорії "організація".

Внутрішнє середовище організації, взаємозв'язок внутрішніх змінних. Зовнішнє середовище організації. Оцінка факторів зовнішнього середовища.

Еволюція організації. Концепції життєвого циклу організації.

Сутність і зміст планування як функції менеджменту, його види та їх взаємозв'язок. Класифікація планів організації. Етапи процесу планування: визначення змісту діяльності та цілей; оцінка сильних і слабких сторін організації; розроблення стратегії діяльності організації.

Базові стратегії організації.

Економіко-організаційний зміст оперативного планування.

Загальна характеристика бізнес-планування. Поняття місії в управлінні та класифікація цілей організації. Ієрархічна підпорядкованість, субординація цілей організації. Традиційний процес постановки цілей. Концепція управління за напрямками.

Тема 6. Організаційна діяльність як загальна функція менеджменту

Сутність організаційної діяльності, її місце в системі управління. Поняття і складові організаційної діяльності. Командний ланцюжок. Владні повноваження, обов'язки, відповідальність. Норма керованості. Централізація і децентралізація. Процес делегування повноважень і відповідальності.

Департаменталізація: функціональна; продуктова; географічна; за процесами; за клієнтами. Команди з перехресними функціями. Взаємодія і взаємовплив структур організації.

Сутність організаційної структури управління, її роль в досягненні мети.

Елементи структури. Характеристика основних видів організаційних структур управління. Лінійні і функціональні організаційні структури управління. Комбіновані структури управління: лінійно-функціональна; лінійно-штабна; дивізійна; матрична. Функціональний підхід до формування організаційних структур менеджменту. Цільовий підхід до формування організаційних структур.

Тема 7. Мотивування як загальна функція менеджменту

Поняття мотивування як функції менеджменту. Теорії мотивування: теорії змісту (теорія потреб А. Маслоу, двочинникова теорія Фредеріка Герцберга, теорії Х та Y Д. Мак-Грегора) і теорії процесів (теорія очікувань, теорія справедливості, теорія визначення цілей).

Мотиваційні засоби менеджера. Оплата праці як основний чинник мотивування продуктивності праці. Оплата праці: заробітна плата; система винагород та премій. Сучасні системи та форми стимулювання праці. Методи соціального впливу та морального стимулювання.

Тема 8 і 9. Контролювання як загальна функція менеджменту. Регулювання як загальна функція менеджменту

Поняття контролю, його місце в системі управління.

Завдання контролю: пристосування до зміни середовища; обмеження нагромадження помилок; додання складних організаційних проблем; мінімізація затрат.

Типи контролю: сфери контролю; рівні контролю; відповідальність за контроль. Етапи контролювання: затвердження стандартів; оцінка виконання; порівняння показників виконання за стандартами; внесення коректив.

Види управлінського контролю. Рівні операційного контролю: попередній контроль; поточний контроль; підсумковий контроль. Фінансовий контроль.

Системи контролювання: внутрішньофірмове; незалежне; державне регулювання.

Поняття регулювання та його місце в системі управління.

Функція менеджменту “оперативне регулювання”.

Тема 10. Методи музичного менеджменту

Загальні особливості методів менеджменту. Класифікація методів музичного менеджменту. Взаємозв'язок функцій і методів менеджменту. Економічні методи музменеджменту. Організаційно-розпорядчі методи менеджменту. Соціально-психологічні методи менеджменту. Методи менеджменту як результат виконання функцій менеджменту.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. Продюсерські повноваження

Тема 11. Продюсер і управління

Продюсер в системі ролей. Десять основних ролей продюсера. Функції продюсера в ролевій структурі. Види, типи і синтез ролей.

«Продюсер» - «Артист»: партнерство або лідерство. Стили управління шоу-проектом. Формальне і неформальне управління. Основні способи стимулювання персоналу. Методи ефективного управління. Авторитет і престиж продюсера як основи керівництва. Влада в управлінні.

Продюсер – керівник проекту і компанії. Управління сольним проектом. Специфіка продюсування групи. Типи продюсерських компаній і їх оргструктура.

Тема 12 і 13. Продюсер і закон. Продюсер і творчість

Авторські і суміжні права як об'єкт регулювання правовідносин. «Продюсер» - «Автор»: правові стосунки і реалізація авторських прав. «Продюсер» - «Виконавець»: правові стосунки і реалізація суміжних прав.

Відеокліп як аудіовізуальний твір малих форм.

Креативна діяльність продюсера. Креатив-технології: цілі впровадження і життєвий цикл. Креативні рішення на етапі створення проекту. Креативні рішення на етапі просування. Креативні рішення на етапі просування поста.

Хіт-мейкінг – мистецтво або розрахунок. Як оцінити хіт-потенціал пісні? Декілька секретів створення хіта. Як зробити свою творчість доступною для широкої публіки?

Технологія кліпмейкерства. Бюджет відеокліпа. Вибір кліпмейкерської студії. Технологія кліпмейкерства.

Постпромоушн: основні способи продовжити пік слави. Роль PR і реклами в шоу-бізнесі: сфера застосування, специфіка, функції. Засоби PR. Вибір пр-агентства. Група-легенда: критерії і технологія створення. Скандали, плітки і популярність артиста. Роль реклами в промокампанії проекту. Механізм психологічної дії реклами. Медіапланування в продюсерській діяльності.

Тема 14. Продюсер і економіка.

Підприємництво у сфері музичної індустрії. Продюсер – підприємець в шоу-бізнесі. Ефективність креативних рішень в умовах конкуренції. Поняття, суть і види конкуренції. Уроки антикризового управління.

Життєвий цикл продюсерської компанії і продюсерського проекту. Фандрайзинг. Фандрайзинг: поняття, етапи і процес реалізації. Формування пакету документів. Специфіка фандрайзинга в музичній індустрії.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усьог о	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	ла б.	інд.	с. р.
1	90	1 6	1 6			58	90	4	6			8 0
Модуль 1												
Змістовий модуль 1. Поняття і сутність менеджменту. Функції та методи музичного менеджменту												
Тема 1 і 2. Сутність і роль управління та менеджменту. Історія розвитку менеджменту. Сутність поняття «музичного шоу-бізнесу»	11,25	2	2			7,25	9	0,5	0,5			8
Тема 3. Основні напрями діяльності в шоу-бізнесі	11,25	2	2			7,25	9	0,5	0,5			8
Тема 4 і 5. Музичні організації та колективи як об'єкти управління. Планування як загальна функція менеджменту	11,25	2	2			7,25	9	0,5	0,5			8
Тема 6.	11,25	2	2			7,25	9	0,5	0,5			8

Організаційна діяльність як загальна функція менеджменту												
Тема 7. Мотивування як загальна функція менеджменту	5,5	1	1			3,5	8,75	0,25	0,5			8
Тема 8 і 9. Контролювання як загальна функція менеджменту. Регулювання як загальна функція менеджменту	5,75	1	1			3,75	8,75	0,25	0,5			8
Тема 10. Методи музичного менеджменту	5,5	1	1			3,5	9	0,25	0,75			8
Разом за змістовим модулем 1	61,75	11	11			39,75	62,5	2,75	3,75			56
Змістовий модуль 2. Продюсерські повноваження												
Тема 11. Продюсер і управління	5,75	1	1			3,75	9	0,25	0,75			8
Тема 12 і 13. Продюсер і закон. Продюсер і творчість	11,25	2	2			7,25	9,25	0,5	0,75			8
Тема 14. Продюсер і економіка	11,25	2	2			7,25	9,25	0,5	0,75			8
Разом за змістовим модулем 2	28,25	5	5			17,75	27,5	1,25	2,25			24
Усього годин	90	16	16			28	90	4	6			80

5. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутність і роль управління та менеджменту. Історія розвитку менеджменту Сутність поняття «музичного шоу-бізнесу»	1
2	Основні напрями діяльності в шоу-бізнесі	1
3	Музичні організації та колективи як об'єкти управління. Планування як загальна функція менеджменту	1
4	Організаційна діяльність як загальна функція менеджменту	1
5	Мотивування як загальна функція менеджменту	0,5
6	Контролювання як загальна функція менеджменту. Регулювання як загальна функція менеджменту	0,5
7	Методи музичного менеджменту	1
8	Продюсер і управління	0,5
9	Продюсер і закон. Продюсер і творчість	1
10	Продюсер і економіка	1

6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутність і роль управління та менеджменту. Історія розвитку менеджменту Сутність поняття «музичного шоу-бізнесу»	1
2	Основні напрями діяльності в шоу-бізнесі	1
3	Музичні організації та колективи як об'єкти управління. Планування як загальна функція менеджменту	1
4	Організаційна діяльність як загальна функція менеджменту	1
5	Мотивування як загальна функція менеджменту	0,5
6	Контролювання як загальна функція менеджменту. Регулювання як загальна функція менеджменту	0,5
7	Методи музичного менеджменту	1
8	Продюсер і управління	0,5
9	Продюсер і закон. Продюсер і творчість	1
10	Продюсер і економіка	1

7. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
	Не передбачено	

8. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутність і роль управління та менеджменту. Історія розвитку менеджменту. Сутність поняття «музичного шоу-бізнесу»	7,25
2	Основні напрями діяльності в шоу-бізнесі	7,25
3	Музичні організації та колективи як об'єкти управління. Планування як загальна функція менеджменту	7,25
4		2
5	Організаційна діяльність як загальна функція менеджменту	7,25
6	Мотивування як загальна функція менеджменту	3,5
7	Контролювання як загальна функція менеджменту. Регулювання як загальна функція менеджменту	3,75
8	Зміст професійної підготовки студентів мистецьких вузів з менеджменту музичного шоу-бізнесу	3,5
9	Продюсер і управління. Продюсер і творчість	3,75
10	Продюсер і економіка	3,5
11	Система методичних завдань з професійної підготовки менеджменту музичного шоу-бізнесу	3,75
12	Оптимізація професійної підготовки студентів менеджменту музичного шоу-бізнесу	7,25
	Разом	28

9. Індивідуальні завдання

10. Методи навчання

Лекції, презентації, інструктаж, практична робота з підготовки культурно-масових заходів, концертів, розробка студентами PR-проекту власного музичного продукту, складання технічного та побутового райдерів, практикування в ролях продюсера, менеджера організацій в реальних умовах культурно-масових заходів факультету та міста.

11. Методи контролю

Контроль виконання підсумкової роботи включає поточний контроль за виконанням розрахунків за трьома розділами. Оцінка виконання та захисту курсової роботи проводиться за 100-бальною шкалою.

Підсумковий контроль, форма: іспит вкінці семестру, тести, усний.

12. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота										Підсумкови й тест (екзамен)	Сума
Змістовий модуль 1							Змістовий модуль 2			50	100
T1,2	T3	T4,5	T6	T7	T8,9	T10	T11	T12,13	T14		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		

T1, T2 ... T12 – теми змістових модулів.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Оцінка ЄКТС	Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
A	90 – 100	відмінно	зараховано
B	81-89	добре	
C	71-80		
D	61-70		
E	51-60	задовільно	
FX	21-50	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
F	0-20	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

13. Методичне забезпечення

Авторські розробки:

1. Програма курсу "Організація рекламної діяльності". – Львів, 2003.
2. Методика викладання курсу "Організація рекламної діяльності". – Львів, 2003.
3. Методичні рекомендації до організації рекламної діяльності в мережі Інтернет. – Львів, 2004.
4. Матеріали для вивчення курсу "Організація рекламної діяльності". – Львів, 2004.
5. Завдання, задачі, кейси та ігри по курсу "Організація рекламної діяльності". – Львів, 2005.
6. Анотація курсу "Пабілк рилейшнз". – Львів, 2005-2006.
7. Матеріали для вивчення дисципліни «Музичний менеджмент», самвидав, - Львів., 2011 р. – 56 ст.

14. Рекомендована література

Базова

1. Гріффін Р., Яцура В. Основи менеджменту: Підручник / Наук. ред. В. Яцура, Д. Олесевич. — Львів: БаК, 2001. — 624 с.
2. 624 с.
3. Завадський Й. С. Менеджмент = Management. Т. 1. — 2-ге вид. — К.: Укр.-фін. ін-т менеджменту і бізнесу, 1998. — 542 с.
4. Кузьмін О. Є, Мельник О. Г. Основи менеджменту: Підручник. — К.: Академвидав, 2003. — 416 с.
5. Сладкевич В. П., Чернявский А. Д. Современный менеджмент (в схемах): Опорный конспект лекций. — К.: МАУП, 2003. — 152 с.
6. Корнеева С. М. «Музыкальный менеджмент: Учебное пособие» - Москва: Юнити-Дана, 2006. – 303 с.
7. Поплавський М. М. Менеджер культури: Підручник. – К. / .МП «Леся», 1996, - 416 с. з іл.
8. Поплавський М. М. Шоу-бізнес: теорія, історія, практика. Підручник. – К., 2001. – 501 с.
9. Хміль Ф. І. Основи менеджменту: Підручник. — К.: Академвидав, 2003. — 608 с.

Допоміжна

1. Абчук В. А. Азбука менеджмента.— СПб.: Союз, 1998. — 272 с.
2. Азбука менеджмента: Учеб.-метод. пособие: В 2 кн. — Ужгород: Закарпат. шк. менеджерів, 1995. — Кн. 1. — 397 с.
3. Азбука менеджмента: Учеб.-метод. пособие: В 2 кн. — Ужгород: Закарпат. шк. менеджерів, 1995. — Кн. 2. — 385 с.
4. Аникин Б. А. Высший менеджмент для руководителя: Учеб. пособие. — М.: Инфра-М, 2000. — 136 с.
5. Бодди Д., Пэйтон Р. Основы менеджмента: Пер. с англ. / Под ред. Ю. Н. Каптуревского. — СПб.: Питер, 1999. — 816 с.
6. Будзан Б. Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи. — К.: Основи, 2001. — 349 с.

7. Бусыгин А. В. Эффективный менеджмент: Учебник. — М.: Финпресс, 2000. — 1056 с.
8. Вершигора Е. Е. Менеджмент: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА-М, 1999. — 256с.
9. Вейл Н. Искусство менеджмента. Новые идеи для мира хаотических перемен. — М.: Новости, 1993. — 244 с.
10. Веснин В. Р. Основы менеджмента: Учебник. — 2-е изд. — М.: Ин-ут междунар. права и экономики; ТРИАДА, 1997. — 384 с.
11. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент: Учебник. — 3-е изд. — М.: Гардарики, 1998. — 528 с.
12. Галькович Р. С., Набоков В. И. Основы менеджмента. — М.: ИНФРА-М, 1998. — 189 с.
13. Герчикова И. Н. Менеджмент: Учебник = Management: Text-book. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1997. — 501 с.
14. Гительман Л. Д. Преобразующий менеджмент: Лидерам реорганизации и консультантам по управлению: Учеб. пособие. — М.: Дело, 1999. — 496 с.
15. Глухов В. В. Менеджмент: Учебник. — СПб.: Спец. лит., 1999. — 700 с.
16. Дафт Р. Л. Менеджмент: Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2000. — 832 с.
17. Друкер П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке: Пер. с англ.: Учеб. пособие. — М.: Вильямс, 2000. — 272 с.
18. Друкер П. Ф. Практика менеджмента: Пер. с англ.: Учеб. пособие. — М.: Вильямс, 2000. — 398 с.
19. Друкер П. Ф. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения. — М.: Фаир-Пресс, 1998. — 288 с.
20. Дункан Д. У. Основополагающие идеи в менеджменте: Уроки основоположников. — М.: БЕК, 1995. — 486 с.
21. Зуб А. Т., Смирнов С. Г. Лидерство в менеджменте. — М.: Воскресенье; ЗАО “Принт-Ателье”, 1999. — 216 с.
22. Кабушкин Н. И. Основы менеджмента. — 4-е изд. — Минск: Новое знание, 2001. — 336 с.
23. Классики менеджмента = The IEVM Handbook of management Thinking: Энциклопедия / Пер. С англ. Ю. Н. Каптуревского; Под ред. М. Корнера. — СПб.: Питер, 2001. — 1168 с.
24. Котляревский Ю. Л. 13 этюдов менеджмента. — К.: Финансист, 2000. — 174 с.
25. Кравченко А. И. История менеджмента: Учеб. Пособие для студ. вузов. — М.: Академ. проект, 2000. — 352 с. 26. Кредісов А. І. Історія вчень менеджменту: Підручник для вищих навч. закладів. — К.: Знання України, 2001. — 300 с.
26. Кредісов А. І., Панченко Є. Г., Кредісов В. А. Менеджмент для керівників. — К.: Знання; КОО, 1999. — 556 с.
27. Лебедев О. Т., Каньковская А. Р. Основы менеджмента. — СПб.: ИД “МиМ”, 1998. — 192 с.
28. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента = Management: Пер. с 3-го англ. изд. — М.: Дело, 1998. — 800 с.

29. Моул Д. Британцы на работе: взгляд на менеджмент со стороны. — Х.: Фактор, 2000. — 200 с.
30. Мошек Г. Є. Основы менеджменту. — К.: КДТЕУ, — 1998. — 188 с.
31. Мошек Г. Є., Гомба Л. А., Казмерчук Н. Г., Поканевич Ю. А. Сучасний менеджмент у питаннях та відповідях.— К.: КДТЕУ, 1999.
32. Общий менеджмент: Дайджест учебного курса / Под ред. А. К. Казанцева. — М.: ИНФРА-М, 1999. — 252 с.
33. Основы менеджмента: Учеб. пособие. — 2-е изд. — М.: Дашков и Ко, 2000. — 176 с.
34. Основы менеджмента: Учеб. пособие для вузов / Науч. ред. А. А. Радугин. — М.: Центр, 1997. — 432 с.
35. Основы современного менеджмента: Учеб.-метод. пособие: В 5 кн. / Под ред. А. П. Лыгалова, А. А. Малышева. — Ужгород: ПИК ПАТЕНТ, 1997.
36. Олдкорн Р. Основы менеджмента / Предисл. Е. П. Голубкова. — Пер. с 3-го англ. изд. — М.: Финпресс, 1999. — 320 с.
37. 320 с.
38. Практическое руководство по менеджменту: Международный опыт достижения успеха = Management Manual / Пер. с англ. О. А. Волмянской, Е. И. Волмянской. — Минск: Новое знание, 1998. — 262 с.
39. 7 нот менеджмента: Настольная книга руководителя — 5-е изд. / Под ред. В. Красновой, А. Привалова. — М., 2001. — 656 с.
40. Словарь-справочник менеджера / Под ред. М. Г. Лапусты. — М.: ИНФРА-М, 1996. — 608 с.
41. Современный менеджмент: теория и практика: Обзорная информация / Сост. В. И. Яровой; Под ред. Г. В. Щёкина. — К.: МАУП, 1994. — 144 с.
42. Справочник менеджера / Под. ред. Э. А. Уткина. — М.: ТАНДЕМ, ЭКМОС, 1998. — 448 с.

15. Інформаційні ресурси

1. <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/1431>
<https://studfiles.net/preview/5440441/>
 2. All you need to know about the music business, "все о музыкальном бизнесе"
<http://www.amazon.com/gp/product/0684870649/102-4792394-8080906?v=glance&n=283155>
 3. Бизнес в стиле шоу <http://www.sferamm.ru/books/book18776.html>
 4. Защита авторских и смежных прав. Ответственность за их нарушение. Уголовно-правовой аспект <http://www.bookprice.ru/book-22177.html>
 5. Искусство переговоров для менеджера
<http://www.ozon.ru/context/detail/id/1560606/>
 6. Основы кинофестивального менеджмента
<http://www.guu.ru/info.php?id=1913>
- Правда о шоу-бизнесе <http://www.bookprice.ru/book-47278.html>