

**Министерство культуры Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Российская академия музыки имени Гнесиных»**

**Рабочая программа дисциплины**

**Менеджмент гастрольной деятельности**

**Основная профессиональная образовательная программа  
«Менеджмент музыкального искусства»**


**Направление подготовки  
53.04.06 Музыкознание и музыкально-прикладное искусство**

**Профиль  
Менеджмент музыкального искусства**

**Уровень образования —  
Магистратура**

Проректор по учебной работе  
«31»августа 2021 г.

**УТВЕРЖДАЮ**

  
(подпись)

**С.С. Голубенко**  
(расшифровка  
подписи)


Нач. учебно-методического  
управления  
«31»августа 2021 г.

**СОГЛАСОВАНО**

  
(подпись)


**Н.Ю. Степанова**  
(расшифровка  
подписи)

Декан факультета  
«31»августа 2021 г.

  
(подпись)

**И.А. Репенак**  
(расшифровка  
подписи)

Заведующий кафедрой  
«31»августа 2021 г.

  
(подпись)

**Д.Г. Родионова**  
(расшифровка  
подписи)

г. Москва 2021

Автор:

Шулекина К.В., преподаватель кафедры менеджмента музыкального искусства РАМ им. Гнесиных.

## **I. Цели и задачи дисциплины**

**Целью** изучения дисциплины «Менеджмент гастрольной деятельности» является формирование у магистров навыков планирования и организации туров и гастролей.

**Задачи** дисциплины:

- формирование теоретических знаний, практических навыков планирования, организации и реализации туров и гастролей
- изучение деятельности ведущих концертных агентств, букинг-агентств.
- изучение российского и зарубежного законодательства, регламентирующее вопросы организации туров и гастролей.

## **II. Требования к уровню освоения содержания дисциплины**

Изучение дисциплины направлено на формирование универсальных и профессиональных компетенций, способности и готовности студента:

<b>Компетенции</b>	<b>Индикаторы достижения компетенций</b>
<b>УК-6.</b> Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	<i>Знать:</i> – основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда.
	<i>Уметь:</i> — планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач; – подвергать критическому анализу проделанную работу.
	<i>Владеть:</i> – навыками выявления стимулов для саморазвития; – навыками определения реалистических целей профессионального роста.
<b>ПК-1.</b> Способен управлять организациями, осуществляющими деятельность в сфере культуры и искусства	<i>Знать:</i> – способы и методы организации работы исполнителей, принятия решения по организации управленческой деятельности.
	<i>Уметь:</i> – объединять и управлять деятельностью творческих групп во время подготовки творческого проекта и гастрольной деятельности;
	<i>Владеть:</i>

	— навыками организации труда и эффективного управления трудовыми ресурсами в области управленческой деятельности.
<b>ПК-2.</b> Способен разрабатывать и реализовывать творческие (коммерческие) проекты в сфере культуры и искусства, в том числе с использованием средств массовых коммуникаций и цифровых технологий.	<b>Знать:</b> — современный репертуар музыкальных театров и концертно-клубных площадок; — стили и направления современной академической и популярной музыки; - принципы продвижения академического и массового искусства, включая digital маркетинг; - правовые основы реализации музыкальных проектов; — организацию экономики музыкальных проектов; — основы PR и рекламного искусства.
	<b>Уметь:</b> — провести анализ современного состояния рынка и определить на его основе потребности целевой аудитории в культурно-массовых мероприятиях; — разработать концепцию творческого проекта, включая бизнес-план, план продвижения, правовую документацию; — осуществить экспертную оценку качества и коммерческой привлекательности, разработанного проекта.
	<b>Владеть:</b> -навыками разработки правовой документации, обеспечивающей реализацию творческого проекта; - навыками организации экономики творческих проектов; - устойчивыми базисными представлениями об истории музыкального искусства, музыкальном менеджменте, современной музыкальной индустрии, на основе которых оперативно и квалифицированно реагировать на изменения потребностей музыкального рынка; — навыками общения с представителями прессы, представителями музыкальной

	индустрии, участниками творческих коллективов.
--	--

### III. Объём дисциплины, виды учебной работы и отчётности

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётных единиц. Дисциплина входит в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений.

Виды учебной работы	Зачётные единицы	Количество академических часов	Форма контроля (по семестрам)	
			зачёт	экзамен
Общая трудоёмкость	3	108	-	3
Аудиторные занятия		34		

Общая трудоемкость дисциплины включает в себя аудиторную (учебную), самостоятельную работу, а также виды текущей и промежуточной аттестации. Дисциплина «Менеджмент гастрольной деятельности» изучается в течение 3 семестра второго года обучения.

### IV. Содержание дисциплины. Требования к текущей и промежуточной аттестации

#### 4.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Всего часов	Контактная работа		Самостоятельная работа студентов	Контроль
			Лекции	Семинары		
1.	Теоретические основы организации гастролей и туров	55	17	-	24	14
2.	Практические аспекты организации гастролей и туров	53	17	-	23	13

#### 4.2. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
-------	---------------------------------	--------------------

1.	<b>Теоретические основы организации гастролей и туров</b>	<b>Тема 1.</b> Структура современной индустрии организации концертов, гастролей, туров. <b>Тема 2.</b> История организации концертного дела в России и за рубежом <b>Тема 3.</b> Основные концертные организации и букинг-агентства, занимающимися организацией гастролей и туров в Российской Федерации и за рубежом <b>Тема 4.</b> Законодательная база Российской Федерации о гастрольной деятельности.
2.	<b>Практические аспекты организации гастролей и туров</b>	<b>Тема 1.</b> Планирование гастролей музыкантов. <b>Тема 2.</b> Организация гастролей музыкантов. <b>Тема 3.</b> Организация продаж билетов туров и гастролей <b>Тема 4.</b> Тур – как средство продвижения бренда музыканта <b>Тема 5.</b> Особенности правового обеспечения гастрольной деятельности

## **Раздел 1. Теоретические основы организации гастролей и туров**

### **Тема 1. Структура современной индустрии организации концертов, гастролей, туров.**

Специфика и структура современной музыкальной индустрии. Объем рынка концертных мероприятий России, динамика доли аудитории потребителей музыкального контента, целевая аудитория потребителей музыкального контента релевантно музыкальному направлению.

**Тема 2. История организации концертного дела в России и за рубежом**  
История организации концертных мероприятий в Древней Греции и Древнем Риме. История организации концертных мероприятий в период Средневековья. Концерты эпохи Нового времени. Народные праздники эпохи Великой Французской революции. Придворные капеллы, оркестры. Любительские общества. Европы. Музыкальные клубы, исполнительские концертные общества. Придворные музыканты. Артисты-виртуозы. Мюзик-холл. Импрессарио, агенты. С.П.Дягилев. Русские сезоны. Концертная деятельность в США. Артисты-звезды. Централизованная система государственного обеспечения концертной деятельности в СССР до конца 1980-х годов. Децентрализация управления в 1990-е годы, разграничение полномочий органов власти разных уровней, развитие рыночных отношений. Концертная деятельность в современных условиях - коллективы, составляющие национальное достояние. Современная эстрада. Концерты академической музыки. Перспективы развития филармонического менеджмента в России Крупные музыкальные агентства Columbia Artist Management, IMG Artists и др. Концертная деятельность в США и Европе в конце XX – начале XXI вв. Нью-Йоркский филармонический оркестр,

Лондонский симфонический оркестр, Лондонский Филармонический оркестр. Звукозаписывающая индустрия, издательский бизнес.

**Тема 3. Основные концертные организации и букинг-агентства, занимающимися организацией гастролей и туров в Российской Федерации и за рубежом**

Компании по организации гастролей. Букинг-агентства.

**Тема 4. Нормативно-правовая основа гастрольной деятельности в РФ**

Конституция Российской Федерации, Федеральный закон от 4 ноября 2014 г. № 327-ФЗ «О меценатской деятельности» Часть четвертая Гражданского кодекса Российской Федерации (главы 69-71), «Концепция развития концертной деятельности в области академической музыки в Российской Федерации на период до 2025 года». «Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года». «Основы законодательства Российской Федерации о культуре».

**Раздел 2. Продвижение академических музыкантов**

**Тема 1. Планирование гастролей музыкантов.**

Понятие и виды гастрольной деятельности. История гастролей. основные этапы организации концертно-гастрольной деятельности: определение места проведения гастролей и составление гастрольной сметы; подготовка гастролей.

**Тема 2. Организация гастролей музыкантов.**

Организация гастролей от принимающей стороны; собственно гастроли; завершение гастролей. Основные направления поддержки и финансирования гастрольных проектов. Гастрольная политика в области академической музыки.

**Тема 3. Организация продаж билетов туров и гастролей**

Билетное ценообразование. Реализация билетов. Сервисы онлайн-продаж билетов. Реклама для стимулирования билетных продаж. Промоакции.

**Тема 4. Тур – как средство продвижения бренда музыканта**

Реклама музыканта в прессе. Реклама на радио. Реклама на телевидении. Наружная реклама. Реклама в социальных сетях. Использование инструментов таргетинга. Анализ целевой аудитории.

**Тема 5. Особенности правового обеспечения гастрольной деятельности**

Концерт как продукт гастрольной деятельности. Проект ФЗ «Об осуществлении гастрольно-концертной деятельности в области музыкального шоу-бизнеса». Основные типы договоров для сопровождения гастрольной деятельности.

Законодательство Великобритании в области обеспечения гастрольно-концертного бизнеса. Законодательство Франции в области обеспечения гастрольно-концертного бизнеса. Законодательство США в области

обеспечения гастрольно-концертного бизнеса. Законодательство Нидерландов в области обеспечения гастрольно-концертного бизнеса.

#### **4.2. Формы текущей и промежуточной аттестаций**

Формой промежуточного контроля является экзамен в конце 3 семестра.

#### **Тематика рефератов**

1. Гастрольная деятельность в Древней Греции и Древнем Риме
2. Гастрольная деятельность в Средневековье
3. Гастрольная Деятельность в Новое время
4. Гастрольная деятельность в Допетровской России
5. Гастрольная деятельность в Российской Империи
6. С. Дягилев и Русские сезоны: гастроли как продукт
7. Гастрольная деятельность в СССР
8. Гастрольная деятельность в США в первой половине XX века
9. Гастрольная деятельность в США во второй половине XX века
10. Гастрольная деятельность в постсоветской России
11. Гастрольная деятельность в эпоху COVID-19
12. Организация онлайн-продаж билетов на тур на примере
13. Организация гастрольной деятельности в государственных учреждениях культуры
14. Организация гастрольной деятельности неакадемических музыкантов
15. Организация гастролей и туров в эпоху COVID-19

#### **V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.**

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания учебной, учебно-методической литературы по основным изучаемым дисциплинам и сформированной на основании прямых договоров с правообладателями.

##### **а) Основная литература:**

1. Андрущенко, Е.Ю. Менеджмент в сфере академической музыкальной культуры и современные event-технологии [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Е.Ю. Андрущенко. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, Планета музыки, 2018. — 84 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/102510>.
2. Воротной, М.В. Менеджмент музыкального искусства [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.В. Воротной. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, Планета музыки, 2013. — 256 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/30433>.



3. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468736>

#### **б) Дополнительная литература:**

1. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 376 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05049-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/438901>
2. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 376 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05049-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/421572>

### **1. VI. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Реализация дисциплины «Менеджмент гастрольной деятельности» обеспечивается доступом каждого студента к базам данных и библиотечным фондам. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся должны быть обеспечены доступом к сети Интернет.

При проведении занятий используется аудитория, оборудованная при необходимости проектором для отображения презентаций. Кроме того, при проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций (Power Point и др.).

Для самостоятельной работы с медиаматериалами каждому студенту требуется персональный компьютер или планшет, широкополосный доступ в сеть Интернет, браузер последней версии, устройство для воспроизведения звука (динамики, колонки, наушники и др.).

Образовательное учреждение оснащено аудиториями со столами, проектором для презентаций и библиотечным фондом.

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ**

### **1. Краткие методические рекомендации**

Освоение студентами учебной дисциплины «Менеджмент гастрольной деятельности» включает в себя изучение лекционного материала, указанных

в учебной программе, практику, выступления студентов с докладами по заданным темам.

Для освоения дисциплины «Менеджмент гастрольной деятельности» используются следующие средства обучения: рабочая программа курса «Менеджмент гастрольной деятельности», конспект лекций.

Реализация дисциплины возможна с помощью применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий. Выбор образовательной платформы для реализации дисциплины устанавливается соответствующим локальным актом Академии.

## **2. Организация самостоятельной работы**

Самостоятельная работа осуществляется студентами во внеаудиторное время. Основная цель самостоятельной работы студентов заключается в более глубоком освоении материала, изучаемого на лекционных занятиях.

По темам курса «Менеджмент гастрольной деятельности» предусмотрено написание реферата. Цель написания реферата – развитие навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

## **3. Материалы по реализации контроля**

Экзамен по дисциплине «Менеджмент гастрольной деятельности» проводится в устной форме по билетам. Примерный список экзаменационных вопросов.

### **Билет № 1**

1. Понятие гастрольной деятельности. Виды гастролей
2. Зарубежный опыт правового обеспечения гастрольно-концертного бизнеса на примере законодательства зарубежного государства

### **Билет № 2**

1. Этапы проведения гастролей
2. Ответственность за нарушение законодательства о гастрольно-концертной деятельности в области музыкального шоу-бизнеса.

### **Билет № 3**

1. Обязанности художественного руководителя, генерального директора, заместителя директора, начальника и заместителей административно-гастрольного отдела, а также технических работников и творческого персонала при осуществлении гастролей.
2. Основные типы договоров необходимых для реализации гастрольной деятельности в музыкальном шоу-бизнесе

### **Билет № 4**

1. Государственная программа «Большие гастроли», «Всероссийские филармонические сезоны».
2. Государственные органы, отвечающие за контроль гастрольно-концертной деятельности.

#### Билет № 5

1. Субъекты гастрольной деятельности
2. Нормы российского таможенного права необходимые для реализации гастрольной деятельности

#### Билет № 6

1. Стратегирование, как процесс разработки и реализации перспективного планирования.
2. Проект ФЗ «Об осуществлении гастрольно-концертной деятельности в области музыкального шоу-бизнеса»: История, содержание, реализация

#### Билет № 7

1. Этика и организационная культура.
2. Меры ответственности за нарушение законодательства о гастрольно-концертной деятельности в области музыкального шоу-бизнеса.

#### Билет № 8

1. Специфика организации гастрольной деятельности музыкальных коллективов в сфере популярной музыки
2. Аспекты работы агентства по организации гастролей.

### **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ**

Дисциплина «Менеджмент гастрольной деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений и изучается в течение одного семестра.

Освоение курса проходит в форме лекционных занятий. Содержание и структура лекционного материала содержат систематизированные основы знаний и умений по дисциплине «Менеджмент гастрольной деятельности». Для иллюстрации лекционного курса преподавателю необходимо использовать проектор для отображения презентаций. Кроме того, при проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций (Power Point и др.).

Программное обеспечение/образовательная платформа для реализации дисциплины с помощью применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий устанавливается соответствующим локальным актом Академии. Кроме того, преподавателю необходим персональный компьютер/ноутбук, подключенный к Интернету. Скорость интернета не менее 1 Мбайт в секунду. Компьютер обязательно должен быть оборудован

веб-камерой, динамиками и микрофоном, ведь учебный процесс включает вебинары и аудиокурсы. Также рекомендуется использовать следующие браузеры: Google Chrome версии 55 и выше, Mozilla Firefox 36.0 и выше, Internet Explorer 8.0 и выше. Для использования сервисов Google for Education у каждого преподавателя должен быть создан корпоративный e-mail.

Преподавателю необходимо создать у студентов мотивацию к освоению курса «Менеджмент гостиничной деятельности», развивать интерес к познанию.