

Дочірнє підприємство
«КИЇВСЬКИЙ ХОРЕОГРАФІЧНИЙ КОЛЕДЖ»



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ОРГАНІЗАЦІЯ КОНЦЕРТНО-ГАСТРОЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»
для здобувачів вищої освіти

Галузь знань	02 Культура і мистецтво
Спеціальність:	024 Хореографія
Освітній рівень:	перший (бакалаврський)
Освітня програма:	Хореографія
Вид дисципліни:	цикл професійної підготовки
Форми навчання:	денна/заочна
Кількість кредитів ECTS:	3
Мова викладання:	державна
Форма підсумкового контролю:	залік

Робоча програма з дисципліни **«Організація концертно-гастрольної діяльності»**
для студентів за напрямом підготовки 02 «Культура і мистецтво»,
спеціальністю 024 «Хореографія»

Розробник:

Кайгородов Д.Є., заслужений працівник культури України;

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри хореографії

Протокол від “ 5 ” жовтня 2020 року № 2

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни	
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів — 3	Професійна	
Розділів — 2	Рік підготовки: 3-й	
Загальна кількість годин — 90	Семестр: VI	
	Практичні	
	27 год.	14 год.
	Самостійна робота	
	63 год.	76 год.
	Вид контролю:	
	VI залік	VI залік

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета : виявити соціально-культурну сутність і функції концертної діяльності, окреслити особливості її «режисури», - освоєння студентами теоретичних і практичних знань з організації концертно-гастрольної діяльності в сучасних умовах України для подальшого використання в своїй практиці .

Завдання курсу - ознайомлення студентів із знаннями з історіографії виникнення і практики концертно-гастрольної діяльності; ознайомлення студентів із організацією концертно-гастрольної діяльності; організація та практичне проведення концертів, презентацій на території м. Києва або в обраному студентом регіоні; складання особистого плану концертно-гастрольної діяльності.

Предмет «Організація концертно-гастрольної діяльності» що викладається в коледжі за професійним спрямуванням (поряд зі "Основи акторської майстерності", «Режисура в хореографії» », «Мистецтво балетмейстера », "Мистецтво репетитора " та ін.).

Предмет дослідження: проблеми організації концертної діяльності як соціокультурної практики. Виклад основного матеріалу. Концерт, як відомо, - одна із сценічних форм існування мистецтва, захід, організований з метою публічного виконання концертної програми. Концертна діяльність забезпечує стабільні умови для творчості і для досягнення комплексу соціально-культурних цілей виконавського мистецтва. Дослідити місце і роль концертно-гастрольної діяльності в становленні та розвитку персональної творчої кар'єри артиста. Виходячи з цього, задачами нашого дослідження є: - дослідити сучасний стан шоу-бізнесу в Україні; - розглянути етапи виконавської кар'єри артиста; - розглянути поняття концертно-гастрольної діяльності і артистичного менеджменту як основних елементів для розвитку персональної кар'єри артиста; - дослідити шляхи просування артиста по кар'єрній „драбині” і обґрунтувати потребу в залученні додаткових зусиль та інших осіб до цього процесу;

Результати навчання: – освоєння студентами теоретичних і практичних знань з організації концертно-гастрольної діяльності в сучасних умовах України для подальшого використання в своїй практиці; – опанування знаннями з історіографії виникнення і практики концертногастрольної діяльності; – ознайомлення студентів з організацією концертно-гастрольної діяльності; – організація та практичне проведення концертів, презентацій на території м. Києва або в обраному студентом регіоні; – складання особистого плану концертно-гастрольної діяльності.

Фахові компетентності (ФК)	ФК15. Здатність застосовувати набуті виконавські навички в концертно-сценічній діяльності, підпорядковуючи їх завданням хореографічного проєкту. ФК17. Здатність враховувати економічні, організаційні та правові аспекти професійної діяльності.
Програмні результати	ПРН 20. Вдосконалювати виконавські навички і прийоми в процесі підготовки та участі у фестивалях і конкурсах.

навчання	ПРН 22. Мати навички управління мистецькими проектами, зокрема, здійснювати оцінки собівартості мистецького проекту, визначати потрібні ресурси, планувати основні види робіт.
-----------------	--

3. ЗМІСТ І СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	всього		практичні		самостійна робота	
	денна	заочна	денна	заочна	денна	заочна
РОЗДІЛ 1.						
Тема 1. Сучасний стан шоу-бізнесу в Україні	9	9	2	1	7	8
Тема 2. Концертно-гастрольна діяльність та артистичний менеджмент	10	9	2	1	8	8
Тема 3. Роль продюсера в персональній кар'єрі артиста	11	12	3	2	8	10
Тема 4. Арт-менеджер та його роль в організації концертно-гастрольної діяльності	12	12	4	2	8	10
РОЗДІЛ 2.						
Тема 5. Особистий вклад артиста в розвиток творчої виконавської кар'єри	12	12	4	2	8	10
Тема 6. Лідерство як основний елемент в концертно-гастрольній діяльності	12	12	4	2	8	10
Тема 7. Українські музичні фестивалі кінця ХХ – початку ХХІ століть.	12	12	4	2	8	10
Тема 8. Проблематика концертно-гастрольної діяльності та шляхи її розв'язку	12	12	4	2	8	10
Всього	90	90	27	14	63	76

РОЗДІЛ 1.

Тема 1. Сучасний стан шоу-бізнесу в Україні

Сучасний стан концертно-гастрольної діяльності в Україні. Підприємства культурної сфери та їхнє місце в суспільстві. Історія розвитку публічного концерту та концертної діяльності в європейських країнах. Складнощі організаційної роботи продюсера. Досвід видатних музичних продюсерів ХХ – ХХІ ст. Організація концертно-гастрольного заходу як показник професійної діяльності музпродюсера. Види організації концертно-гастрольного заходу. Роль музичного продюсера в організації концертно-гастрольної діяльності. Стилi ведення переговорів.

Культура сучасного суспільства виникає і розвивається в певному соціокультурному контексті і відбиває особливості його як цілісної системи. Слід зазначити, що шоу-бізнес суттєво впливає на розвиток культури в цілому [1, С.6]. Ознаками шоу-бізнесу є одержання прибутку, видовищність, масовість та популярність [1, С.8]. Історичний аспект шоу-бізнесу безпосередньо пов'язаний саме з другою ознакою – видовищною природою. Словник іншомовних слів дає таке визначення: шоу (англ. show, букв. – показ) – яскрава естрадна вистава шоу-бізнес (англ. show business) – підприємництво, пов'язане з організацією і проведенням видовищних вистав, індустрія розваг [1, С.58].

Основними елементами інфраструктури шоу-бізнесу, які забезпечують його прибутки, є:

- нічні клуби (прибутки від їхньої діяльності в Україні поки що порівняно незначні);
- концерти (обсяги доходів тут бувають дуже різні, залежно від конкретних обставин);
- сервісні виконавські заходи закритого типу (наприклад, „культурне обслуговування” днів народження та інших подій приватного життя представників економічної чи політичної еліти. Величина доходу тут зумовлюється можливостями замовника);
- випуск CD (в Україні ця галузь шоу-бізнесу ще не є прибутковою. Наприклад, наклади компакт-дисків, що випускає промисловість Польщі, на 1-2 порядки перевищують наклади аналогічної української продукції);
- випуск аудіо- та відеокасет (а в Україні ця галузь є прибутковішою за випуск CD, що зумовлено як купівельною спроможністю публіки, так і технічною оснащеністю основного загалу споживачів);
- реклама (у цій галузі шоу-бізнесу в нашій країні задіяні поки що лише „зірки”, тобто ті, хто сам уже став „товаром”);
- публічна політика („культурне” забезпечення виборів, референдумів, інших політичних кампаній).

Зі згаданих семи сфер шоу-бізнесу три стосуються не задоволення культурних потреб платоспроможної публіки, а обслуговування політичних та економічних еліт. А коли

враховувати, що для українського шоу-бізнесу саме ці сфери є головними джерелами його доходів, напрошується висновок: вітчизняний шоу-бізнес є умовним бізнесом, оскільки його фундаментом не є отримання прибутків від продажу його продуктів широкому загалу населення нашої країни [2].

Самостійна робота

1. Які проблеми в шоу-бізнесу в Україні на даний час.

Тема 2. Концертно-гастрольна діяльність та артистичний менеджмент

Концерт — це підсумок роботи хореографічного колективу та його керівника, це свого роду екзамен на творчу зрілість та демонстрація результатів усієї роботи. Концертна діяльність є одним з найважливіших стимулів творчого росту колективу. Крім того, публічний виступ - засіб виховання громадянської позиції учасників, він дозволяє відчувати суспільну значимість своєї участі в аматорському мистецтві, а також сприяє поповненню колективу новими учасниками. Форми концертної діяльності аматорського колективу різноманітні: це й участь в концертах з окремими номерами, концертні програми, розраховані на різну кількість учасників; звітні концерти; участь у конкурсах та фестивалях; гастрольні поїздки. Відповідальним моментом у житті колективу є звітні концерти, які підводять підсумки творчої діяльності за певний період. Бажано їх проводити не рідше одного разу на рік: в урочистій обстановці, з запрошенням керівництва різних рівнів, спонсорів та меценатів, режисерів, які формують концертні програми на радіо й телебаченні, журналістів і всіх тих, хто може Вам знадобитися в подальшій співпраці. Певне місце у творчій біографії хореографічних колективів займає підготовка до участі в оглядах, конкурсах, фестивалях, які проводяться на різних рівнях. Участь у подібних заходах є серйозним стимулом як для учасників колективу, так і для керівника, проте, ці не повинно порушувати планомірність усієї роботи. Особливих зусиль потребують виїзні та гастрольні концерти, вони вимагають, перш за все, великих емоційних, організаційних зусиль керівника, та серйозних фінансових затрат. Державне фінансування гастрольних поїздок на сьогодні велика рідкість і в переважній більшості випадків керівникові приходиться самому знаходити кошти. Найпростіший спосіб, це - збір коштів з учасників чи їхніх батьків, проте, раціональніший - пошук спонсорів та меценатів. Ними можуть виступати районні, міські, обласні адміністрації, державні та комерційні підприємства, банки, фірми, за умови ефективної співпраці і ними. Сьогодні, часто в ролі спонсорів, виступають політичні сили та партії і при вмілій організації роботи з ними, керівник може використовувати таку можливість.

Самостійна робота

1. Визначення і розуміння концертно-гастрольної діяльності та артистичного менеджменту.

Тема 3. Роль продюсера в персональній кар'єрі артиста

Багато естрадних виконавців, коли мова заходить про продюсерів, говорять, що ці люди грають в їх кар'єрі ролі "мам і пап". Дійсно, з цим важко не погодитися, тому що продюсер - це той фахівець, на якому в принципі тримається увесь музичний проект. Він курирує буквально усі питання його реалізації: на його плечі лягає і репертуар артиста, і його імідж, і запис звуку на знімальному майданчику, загалом, все, аж до випуску музичних альбомів і планування гастрольних турів. Безумовно, такі дрібні питання, як оренда звукового устаткування, костюми виконавця і інші, продюсер вирішує не самостійно, а із залученням вузьких фахівців саме в цих сферах. Тут якраз і криється його основний продюсерський талант.

Але, об все по порядку: В першу чергу, вважаємо важливим розвінчати такий міф, що роль продюсера полягає тільки в тому, щоб забезпечити фінансову підтримку музичному проекту. Частково це правда, тому що продюсер в якійсь мірі виступає фінансовим директором: в його обов'язки входить розробка і забезпечення бюджету проекту за рахунок залучення спонсорів, рекламодавців, продажу дисків і проведення концертів. Але щоб реалізувати цю функцію, він повинен запропонувати фінансовим партнерам проект, від якого вони не зможуть відмовитися. Саме тому продюсер в першу чергу виступає генератором ідей. Фахівець високого рівня має достатню уяву, нестандартне мислення і величезну креативність. Разом з цими якостями у нього непогано розвинена інтуїція і професійне чуття, що допомагають йому з тисяч, здавалося б, однакових артистів знайти "алмаз", який після "огранювання" засіяє мільйонами фарб і притягне до себе увагу публіки. Певні зусилля продюсера спрямовані на забезпечити життєдіяльність музичного проекту: хореографів, музикантів, авторів пісень, операторів, стилістів і інших. Тут на перший план виходять його організаторські здібності: продюсер знаходить інструменти і рішення, що підвищують згуртованість, працездатність і узгодженість роботи кожної кадрової одиниці проекту. Тільки при дотриманні усіх цих умов продюсер і його підопічні можуть розраховувати на популярність, перспективи розвитку і хорошу фінансову віддачу від музичного проекту.

Самостійна робота

1.Продюсер як основний помічник у кар'єрі артиста.

Тема 4. Арт-менеджер та його роль в організації концертно-гастрольної діяльності

Активний розвиток інноваційних тенденцій у соціально-культурній та освітній сфері суспільства, великий досвід культурних практик, авторських шкіл і фахівців-новаторів потребує узагальнення й систематизації в сучасній культурологічній і педагогічній науках. Одним із засобів вирішення цієї проблеми є технологічний підхід, застосування поняття «технологія» (від грец. *tehne* – майстерність + *logos* – учення, що

являє собою сукупність знань про способи й засоби проведення виробничих процесів, а також самі технологічні процеси, при яких відбувається якісна зміна оброблюваного об'єкта [1, 252]) до сфери культури та освіти. Використання даного підходу передбачає точне інструментальне управління процесом професійної підготовки фахівців соціокультурного, музичного та художнього профілю, гарантоване досягнення поставлених цілей. При цьому сучасна класифікація передбачає використання таких типів технологій арт-менеджменту, що підвищують якість професійної підготовки випускників училищ і ВНЗ культури й мистецтва. Серед них, передусім, виділяються: – організаційно-управлінські й маркетингові технології, що забезпечують процеси планування, організації, реалізації та мотивації роботи виконавців для здійснення конкретних культурних проектів і видів художньої, музичної діяльності, а також розробку стратегій розвитку освітніх установ культури й мистецтва. Вони спрямовані на оцінку ефективності управлінських рішень у системі підготовки кадрів культури, конкретизацію маркетингової стратегії установ, планування та здійснення заходів, спрямованих на вивчення потреб ринку праці у фахівцях соціокультурного профілю; – освітні та професійно-орієнтовані технології, призначені для забезпечення єдності цілей, завдань, мотивів і способів освітньої діяльності студентів у процесі реалізації основних освітніх програм Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології, 2015, № 6 (50) 384 художнього, соціокультурного, культурологічного та мистецтвознавчого профілю; – творчо розвиваючі, що формують технології, які через вплив на емоційно-чуттєву сферу, позитивно впливають на процес виховання духовності, ціннісних орієнтацій, культури почуттів, розвитку пізнавальних сторін особистості; – комунікативні технології, що передбачають створення ефективної комунікаційної інфраструктури освітнього закладу, забезпечення внутрішньої і зовнішньої комунікації, досягнення високого рівня корпоративної культури, а також діяльність із поліпшення взаємовідносин між учасниками освітнього простору та громадськістю, координовані зусилля зі створення сприятливого уявлення про систему підготовки кадрів культури; – технології реклами та громадських зв'язків, націлених на розробку, підготовку до випуску, виробництво і розповсюдження рекламної продукції про можливості професійної освіти в галузі культури і мистецтва, формування або підтримка позитивного інтересу до спеціальностей мистецького та соціокультурного профілю; – Event-технології, засновані на психолого-педагогічних закономірностях розважально-ігровій та художньо-видовищній діяльності, організації подієвих акцій, проведенні знакових подій і заходів, що запам'яталися про систему підготовки кадрів сфери культури, несуть аксіологічну, соціокультурну, виховну місію та психологічне навантаження, сприяючи формуванню позитивного образу фахівця соціально-культурної та художньої діяльності; – publicity-технології, засновані на безоплатному стимулюванні ефективного іміджу освітньої установи шляхом поширення позитивної інформації про нього й реалізації цільового орієнтиру пропаганди – доброзичливого ставлення до навчального закладу з боку різних груп інтересів [2].

Самостійна робота

1. Роль арт-менеджера в організації концертно-гастрольної діяльності.

РОЗДІЛ 2.

Тема 5. Особистий вклад артиста в розвиток творчої виконавської кар'єри

Під час гастрольних поїздок на фестивалі, конкурси в межах нашої держави, і особливо за її кордоном, слід особливу увагу звернути на умови перебування учасників колективу під час поїздки (проживання, харчування, медичне страхування) та ін. Слід зазначити, що видів концертної діяльності є декілька: естрадна, філармонійна, сольна, ансамблева.

Концерт може мати вигляд безпосереднього акустичного контакту виконавців і аудиторії, а може і, так би мовити містифікувати його, що, наприклад, відбувається при виступі під фонограму. Концерт може бути аудіовізуальним, розрахованим одночасно на зорове і слухове сприйняття, і виключно аудіальним, адресованим лише слуху.

Етимологічно термін «концерт» походить від латинського «concerto» - змагання, конкуренція, суперечка. Однак хронологічно більш пізні його версії змінюють його сенс на прямо протилежний - концерт пов'язується вже з уявленнями про «згоду» та «гармонію». Так, в англійській мові «consort» - позначення ансамблю інструментів, які грають разом, як і «concert» - згода, угода. У XVIII ст. виникає жанр сольного інструментального концерту, який «будується» на змаганні соліста та оркестру, що ніби відтворює первинні смисли терміна «концерт». Концертзмагання як музичний жанр при цьому знаходить своє місце в концерті-згоді, як формі існування сценічного мистецтва. Отже, прихованих парадоксів в історії концертного мистецтва доволі багато. Концерт, як відомо, форма «номерна» і внаслідок цього може охоплювати різні жанри, а мозаїка жанрів концертного мистецтва, як показує його історія, практично безмежна: виступи музикантів, читців або танцюристів різного творчого профілю тощо. Як слушно зауважує Є. Дуков в роботі «Концерт в історії західноєвропейської культури», концертні підмостки бачили сцени з вистав і цілі опери, виступи письменників, віртуозну роботу художників, циркових артистів, - все це ставало самостійним елементом концертних програм, а в деяких випадках складало їхню основу. Нарешті, концерт, що супроводжується лекціями або диспуатами, виявився надзвичайно вдалим способом поширення знань про художню культуру, формування грамотної, підготовленої глядацької аудиторії. У кожному подібному випадку контури виду мистецтва, елементи предметної культурного середовища зберігали свою автономність, а не поглиналися цілим і не розчинялися в ньому. Концертна діяльність має свою історію.

Самостійна робота

1. Розвиток артиста в творчо виконавській кар'єрі.

Тема 6. Лідерство як основний елемент в концертно-гастрольній діяльності.

У процесі вивчення проблеми лідерства вченими було запропоновано багато різних визначень цього поняття. Наведемо деякі з них. Лідерство — це елемент, який чинить вплив і проявляється незалежно від механічного виконання повсякденних доручень організації (Катц і Кан); здатність розширити світоглядне бачення, вивести діяльність людини на рівень більш високих стандартів, а також здатність сформувавши людський індивід; вплив на групи людей, який спонукає їх до досягнення спільної мети (Дж. Террі); міжособова взаємодія, яка проявляється в конкретній ситуації за допомогою комунікаційного процесу і направлена на досягнення цілей (Р. Танненбаум, І. Вешлер і Ф. Массарик); різновид влади, специфікою якої є спрямованість зверху вниз, а також те, що її носієм виступає не більшість, а одна людина або група осіб (Жан Блондель); управлінський статус, соціальна позиція, пов'язані із прийняттям рішень, це керівна посада. Така інтерпретація лідерства впливає зі структурнофункціонального підходу, що припускає розгляд суспільства як складної, ієрархічно організованої системи соціальних позицій і ролей; колективну поведінку деяких або всіх його членів; становище в суспільстві, що характеризується здатністю особи, яка це становище займає, скеровувати й організовувати колективну поведінку деяких або всіх його членів (Даунтон); вплив на інших людей [3]. Для того щоб остаточно визначитись з тим, що ж таке лідерство, слід порівняти його з поняттям «управління» [1; 2]. Поняття «лідер» і «керівник» мають багато спільного. І той і інший організовують, спонукають групу на вирішення поставлених перед нею завдань, визначають вибір способів і засобів їхнього вирішення. Водночас, ці поняття далеко не тотожні. Розходження понять «управління» і «лідерство» пов'язано з існуванням у будь-якій організації двох типів відносин. Лідерство — це процес впливу на людей, породжений саме системою неформальних, а управління передбачає в першу чергу наявність чітко структурованих формальних відносин, через які воно реалізується, а роль керівника ніби визначена формальною структурою його функцій, як правило, право на застосування санкцій є беззаперечним тощо. Лідерство, навпаки, формується спонтанно, стихійно, на рівні напівусвідомлених психологічних переваг. Лідерство — це тип управлінської взаємодії, який ґрунтується на більш ефективному для цієї ситуації поєднанні різних джерел влади і спрямований на спонукання людей до досягнення загальних цілей [4]. Лідер — особа, що має загальне визнання групи, до якої прислухаються і яка здатна вести за собою людей [6]. Сутність лідерства, таким чином, полягає в тому, що послідовники визнають лідера тільки в тому випадку, коли він довів свою компетентність і цінність для них. Лідер отримує владу від послідовників і для її підтримки він повинен надавати їм можливість задовольняти свої потреби. У відповідь послідовники задовольняють потребу лідера у владі над ними і надають йому необхідну підтримку. Ідеальним варіантом вважається поєднання формального і неформального лідерства, тобто офіційний керівник визнається членами групи і як лідер. У цьому випадку його формальні права доповнюються можливістю неформального впливу на групу. У тих випадках, коли керівник і лідер не збігаються в

одній особі, може виникати незадоволеність роботою та збільшення конфліктності [4; 6]. Лідерство — це не керівництво, хоча лідер і може бути керівником [6]. Лідерство — це не менеджмент, а харизматичне керівництво (Арнолд Талленбаум). Наразі немає жодної теорії або підходу, що поєднував би всі дослідження й відображав загальне бачення феномена лідерства й фігури лідера. Проблематика лідерства розглядається в теорії особистісних якостей, у концепціях організаційного поведіння, в ситуаційній теорії лідерства. Кожна з них зазнає критики, але результати так чи інакше використовуються на практиці. Таким чином можна надихнути всю компанію зверху вниз і одержати саме той зворотний зв'язок, що дозволить безупинно поліпшувати процес. Отже, лідерство – це невід'ємний елемент сучасної системи управління, й більше того, лідерство – «пусковий механізм» цієї системи, це те, завдяки чому всі технічні елементи, концепції, принципи починають діяти. Лідерство – компонент не тільки невід'ємний, а й незамінний. Адже його відсутність спричинює значні фінансові витрати й втрату конкурентоспроможності. Існує думка, що лідерство можна замінити чіткою системою контролю, покарань і заохочень. Але, коли немає лідерства, жорсткіший контроль (контролювати доводиться, принаймні, частіше), більше часу йде на постановку завдання, гірший клімат у колективі – відбувається втрата ресурсів: часових і людських. Потрібні засоби, щоб найняти зайвого контролера або організувати службу контролю; плінність кадрів, породжена поганим кліматом у колективі, також відображається на фінансовому стані організації. Усе це разом позначається на ефективності організації, природно, не в кращий бік. Із цього можна зробити висновок, що лідерство є ключем до «ефективної організації конкурентоспроможності в глобальному масштабі»

Самостійна робота

1. Роль лідера в концертно-гастрольній діяльності

Тема 7. "Українські музичні фестивалі кінця XX – початку XXI століть".

Висвітлення історії розвитку фестивального руху, кожного музичного фестивалю академічної музики, місця українського фестивалю академічної, авангардної музики в світовому контексті завдяки ДК можливо за допомогою записів подій фестивалів ("Київ Музик Фест", "Контрасти", "Два дні і дві ночі", "Музичні прем'єри сезону", Форум "Музики молодих" в Україні), що включені в лекційні матеріали і самостійну роботу. Студент самостійно з відео і аудіоматеріалів робить висновки про моделі сучасних фестивалів в Україні і світі. За зразками статей, рецензій, коментарів відомих українських музикознавців, культурологів, філософів з різних джерел. За допомогою відеоматеріалів (або інтерв'ю з композиторами) в режимі он-лайн (або в запису) студенти отримують можливість спілкування з сучасними українськими композиторами і виконавцями. Крім того, в практичному блоці студент розробляє свій пакет питань до композитора і його творів, що є досить непростим, коли це

стосується технік композиції ХХ століття (додекафонія, сонористика, алеаторика, полістилістика). Для характеристики загальних принципів розвитку музики ХХІ століття студент повинен не тільки орієнтуватися в сучасних течіях і напрямках українського музичного мистецтва, а й вміти аналізувати твори сучасних українських композиторів з використанням термінологічного апарату.

Танцювальні шоу кін. ХХ – поч. ХХІ ст. поширилися по всьому світу, не оминаючи й Україну. Використовуються елементи всіх хореографічних систем, акробатика, побутова пластика тощо, відбуваються процеси взаємодії з вокальним, цирковим, кіно та телемистецтвом тощо. Посилена увага в танцювальних шоу приділяється сценографії (система візуального оформлення, до якої нині відносять не лише матеріальні об'єкти – декорації, аксесуари, атрибути, костюми, а й світлові та кіно-ефекти тощо). В умовах танцювальних шоу, не дивлячись на стрижневу роль власне хореографії, сценографічні елементи часто перебирають на себе основне видовищне навантаження, створюючи загальну атмосферу феєричності та багатоплановості. Попри невтішні прогнози деяких фахівців про трансформацію форм, а подекуди і зникнення танцю з естради, нині можна стверджувати про паралельне існування традиційного танцювального жанру та появу новітніх синтетичних феноменів, де танець відіграє провідну роль (танцювальні шоу, телепроекти).

Самостійна робота

1. Які виникають проблеми при проведенні при фестивалів як в Україні так і за кордоном.

Тема 8. Проблематика концертно-гастрольної діяльності та шляхи її розв'язку.

Сучасний стан концертно-гастрольної діяльності в Україні. Підприємства культурної сфери та їхнє місце в суспільстві. Історія розвитку публічного концерту та концертної діяльності в європейських країнах. Складнощі організаційної роботи продюсера. Досвід видатних музичних продюсерів ХХ – ХХІ ст. Організація концертно-гастрольного заходу як показник професійної діяльності музпродюсера. Види організації концертно-гастрольного заходу. Роль музичного продюсера в організації концертно-гастрольної діяльності. Стили ведення переговорів.

Перехід України до ринкових відносин вимагає модернізації практики менеджменту. Український менеджмент на стадії становлення і за взірць обрано американську модель з елементами європейської та японської. Проте наявна теорія та практика управління в державі ще не дає можливості змалювати її системно, тим більше говорити про українську школу менеджменту. У ХХІ ст. прогнозується збільшення ролі менеджменту. Це зумовлюється необхідністю забезпечення гідної життєдіяльності людей, не зважаючи на підсилення підприємницької конкуренції, виснаження природних ресурсів, збільшення кількості населення тощо. Якість вирішення подібних проблем буде визначатись станом наукового управління.

Основною складовою інноваційного менеджменту повинна стати антропологічна компетентність керівників. Сучасний керівник повинен не тільки вміти організувати управлінську діяльність, але й володіти певною духовною моральною концепцією

Самостійна робота

1. Як вирішити проблеми і шляхи розв'язки при проведенні концертно-гастрольної діяльності в Україні.

5. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ НА ЗАЛІК

1. Ваше бачення на історіографію виникнення і практики концертно-гастрольної діяльності.
2. Які складові елементи в організації концертно-гастрольної діяльності.
3. На вашу думку організація та практичне проведення концертів, презентацій на території м. Києва або в обраному студентом регіоні.
4. Складіть особистого плану концертно-гастрольної діяльності.
5. Які основні етапами розвитку масового свята та формування при концертно-гастрольній діяльності.
6. Розкрити уявлення про форми, жанрове та видове розмаїття масового свята при концертно-гастрольній діяльності.
7. На вашу думку які засобами ідейно-емоційного впливу при організації концертно-гастрольної діяльності.
8. Суть організації при концертно-гастрольній діяльності.
9. Як на вашу думку як творчо використовувати історичний досвід створення масових свят і видовищ у практичній діяльності та проведенні концертно-гастрольній діяльності.
10. Перегляд та обговорення художніх, документальних та науково-популярних фільмів, де представлено історичний зріз проведення концертно-гастрольної діяльності.
11. Продюсери як творчі портрети режисерів-постановників при організації концертно-гастрольної діяльності.
12. Порівняльний аналіз проведення фестивалів як в Україні так і за кордоном.
13. Визначення лідера і арт менеджера при організації концертно-гастрольної діяльності.
14. Визначати місію та цілі організації концертно-гастрольної діяльності.
15. Аналізувати та будувати різні типи організаційних структур управління.
16. Налагоджувати ефективну комунікацію у процесі управління.
17. Як спланувати проведення концертно-гастрольної діяльності.
18. Розробляти, обґрунтовувати та реалізовувати управлінські рішення.
19. Ваша думка про роботу та оцінку ефективності артсичного менеджера.
20. Які проблеми на даний час в шоу-бізнесі як в Україні так і за кордоном.

6. Схема формування оцінки

6.1. Форми оцінювання здобувачів вищої освіти:

Практичні	Самостійна робота	Диференційний залік
40 (максимум)	30 (максимум)	30

- семестрове оцінювання:

Поточний контроль здійснюється під час проведення навчальних занять і має на меті перевірку засвоєння здобувачами вищої освіти навчального матеріалу. Перевірка знань здобувачів вищої освіти проводиться за допомогою усного опитування, а також за результатами виконання завдань на практичних заняттях, підготовки рефератів, повідомлень та презентацій з запропонованої теми.

1. Практичні роботи (за темами навчальної дисципліни) – 5 балів за кожну.
 2. Підготовка мультимедійних презентацій (за темами навчальної дисципліни) – 5 балів за кожну.
 3. Підсумкова контрольна робота (іспит): – 20 балів / 12 балів.
- Загальна максимальна сума – 70 балів.

підсумкове оцінювання (у формі диференційного заліку).

Підсумкове оцінювання навчальної дисципліни «Основи балетного клавіру та партитури» здійснюється за 100-бальною шкалою (де 30 балів підсумковий контроль – залік та екзамен).

- форма оцінювання – залік та екзамен;
- максимальна кількість балів, які може отримати студент – 30 балів;
- форма проведення диференційного заліку – усні відповіді на два теоретичних питання та одне практичне завдання (по 10 балів за кожне питання);
- Мінімальний пороговий рівень диференційного заліку, за яким залік вважається складеним – 18 балів.

Умови допуску до підсумкового екзамену:

- Відсутність заборгованості з практичних занять;
- Підготовка і своєчасна здача мультимедійних презентацій;
- Позитивні бали за практичні та самостійні роботи.

Студент, який протягом семестру отримав понад 60 балів, може бути звільнений від підсумкового контролю. У такому випадку підсумковим балом буде сума балів, отримана студентом протягом семестру.

6.2. Організація оцінювання.

Організація оцінювання з навчальної дисципліни «Основи балетного клавіру та партитури» здійснюється протягом семестру, а саме, під час проведення

лекційних і практичних занять. Опитування проводяться під час лекційних занять, презентації розглядаються на практичних заняттях.

Критеріями оцінювання відповіді здобувача вищої освіти під час заліку та екзамену є:

- повнота розкриття питання – 6 балів;
- логіка викладання – 6 балів;
- використання основної і додаткової літератури – 6 балів;
- аналітичні міркування, вміння роботи висновки – 6 балів;
- уміння пов'язати теорію й практику – 6 балів.

Максимум за залік – 30 балів.

Оцінювання самостійної роботи й активності на практичних заняттях здійснюється за такими критеріями:

- розуміння, ступень засвоєння теорії та методології розглянутих проблем;
- ступень засвоєння фактичного навчального матеріалу;
- ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язання завдань для самостійного опрацювання;
- логіка, структура, стиль викладу матеріалу при виступах в аудиторії, уміння обґрунтувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

Критеріями практичних завдань здобувача вищої освіти є:

- глибоке розкриття проблеми, усі завдання виконані – 5 балів;
- тема розкрита неповно / не всі завдання виконані – 3 бали;
- завдання основного матеріалу не глибокі, відповідає мінімальним критеріям – 1 бал.

При оцінюванні практичних завдань до уваги приймається своєчасність задачі виконаних завдань викладачу за мінімальним критерієм – 1 бал.

6.3. Шкала відповідності оцінок (згідно з «Положення про організацію освітнього процесу в ДП «Київський хореографічний коледж»)

Оцінка за шкалою (бали)	Оцінка за чотирибальною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС
90-100	Відмінно	A
82-89	Добре	B
74-81		C
64-73	Задовільно	D
60-63		E
35-59	Незадовільно	FX
1-34		F

7. Рекомендована література

1. Алексеев М.М. Культура экономической организации / М.М. Алексеев // Социально-полит. журнал. – 1995. – №1-2.
2. Асонов Т.Ф. Особенности экономической культуры в США, Японии и странах Западной Европы / Т.Ф. Асонов, О.А. Хуторенко, Е.И. Шаблин. – К. : УкрИНТЭИ, 1992. – 65 с.
3. Вильковченко Э. Новое о культуре труда, производства и компании / Э. Вильковченко // Экономика и международные отношения. – 1995. – №3.
4. Воробьёв В.Г. Маркетинг и информационная культура / В.Г. Воробьёв. – Кишинёв : МолдНИИТЭИ, 1996. – 146 с.
5. Герчикова И.Н. Менеджмент / И. Н. Герчикова. – Москва : Банки и биржи. КНИГИ, 1995. – 479 с
6. Дракер П. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы / П. Дракер. – Москва, 2005. – 352 с. 3. Жигалов В.Т. Основи менеджменту та управлінська діяльність : підручник / В.Т. Жигалов, Л.М. Шимановська. – Київ : Вища школа, 1994.
7. Каганец И. Украинская модель менеджмента / И. Каганец // Персонал. – 1999. – №3. – С. 1.
8. Колесников Г.А. Влияние ментальности украинского народа на форм /Г.А. Колесников // Организационной культуры управления предприятием. Вестник Севастополь ГТУ. – Севастополь, 1998. – Вып.
9. Культура совместных действий в менеджменте // Проблемы теории и техники управления. – 1991. – №5.
10. Любимова Н.Г. Менеджмент – путь к успеху / Н. Г. Любимова. – Москва : Экономика, 1992.
11. Лютенс Ф. Организационное поведение / Ф. Лютенс ; пер. с англ. 7-е изд. – Москва , 1999. – XXVIII, 692 с.
12. Марущак Т. Корпоративная культура предприятий сферы услуг. Песо / Т. Марущак. – № 6. – 2001. – С. 37-39.
13. Мерсер Д. ИБМ. Управление в самой преуспевающей корпорации / Д. Мерсер. – Москва : Прогресс, 1991. – С. 348-349.
14. Менеджмент у сфері культури : навч. посіб. / С.А. Яроміч. – К. 1. – Одеса : Центр практичного менеджменту культури, 2006. – 274 с.
15. Мескон М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Хедоури Ф. – Москва : Дело, 1992. – 702 с.
16. Модестов С. Информационный менеджмент или сколько надо тра-п информацию / С. Мадестов // Деловой мир. – 1995. – № 8. – С. 4.
17. Молл Е. Менеджмент. Организационное поведение : учеб. пособие / Е. Молл // Финансы и статистика, 2000. – 160 с.

18. Наумов А. А. Американская управленческая культура / А. А. Наумов // Кадрь. – №5. – С. 20-27.
19. Ньюстром Дж. В. Организационное поведение / Дж. В. Ньюстром, К. Дэвис // Финансы и статистика, 2000. – 364 с.
20. Организационная культура в Чехословакии // Проблемы теории и прав управления. – 1991. – №6. – С. 34-38.
21. Рудестан К. Групповая психотерапия. Психокоррекционные группы / К. Рудестан. – Москва, 1990. – 248с.
22. Спивак В. А. Корпоративная культура / В.А. Спивак. – Спб. : Питер, 2001. – 352 с. : Серия «Теория и практика менеджмента»).
23. Спивак В. А. Организационное поведение и управление персоналом / В.А. Спивак. – Спб. : Питер, 2001. – 375с.
24. Тарнавська Н.П. Менеджмент: теорія та практика : підруч. / Н.П. Тарнавська, Р.М. Пушкар. – Тернопіль : Карт-бланш,1997. – 456 с.
25. Томилов В.В. Культура предпринимательства / В.В. Томилов. – Спб : Питер, 2000. – 374.
26. Фалмер Р. Энциклопедия современного управления (в пяти томах) / Р. Фалмер. – М.,1992.
27. Erica Gordon Sorohan, «When the Ties That Bind Break», Training & development, February 1994.
28. Kenneth P. De Meuse and Walter W. Tornow, «Leadership and the Changing.
29. Judith Simpson, «Visioning: More Than Meets the Eye», Training and ie.elopment Journal, September 1990. – Pp. 70-72;

Додаткові джерела

1. Алешина И. Паблик рилейшенз для менеджеров и маркетеров. — М., 1997.
2. Асафьев Б.В. Путеводитель по концертам. — М., 1978.
3. Басалаева Є., Коскін В. Євгенія Басалаєва: „Аби захистити творче життя, я засвоїла роль менеджера” // Демократ. Україна. – 2005. – 8 жовт.
4. Бондаренко С. Два прихлопа – три притопа, или Как представляют себе нынешнюю культурную ситуацию свежеиспеченные чиновники // Киев. ведомости. – 2005. – 23 апр.
5. Вітер О. Кожен має займатися своєю справою // Голос України. – 2005. – 10 груд.
6. Галега В. Гуманітарний аспект українського бізнесу // Хрещатик. – 2005. – 15 берез.
7. Гребенюк Н.Г. Вокально-виконавська творчість: психолого-педагогічний та мистецтвознавчий аспекти. Монографія. - К.: НМАУ, 1999,-12,8 др.арк.
8. Дубровина И., Данилова Е., Прихожан А. - Психология. - М.: Academia, 2002. – 250 с.

9. Євтушенко О., Рильов К. Формули українського шоу-бізнесу // День. – 2005. – 4 берез.
10. Коскін В. Український шоу-бізнес - дзеркало держави // Демокр. Україна. – 2004. – 3 груд.
11. Лебедєва К. Руслана віртуальна // Вечірній Київ. – 2005. – 12 листоп.
12. Лебедєва К. Усе, що українське, – добре // Вечір. Київ. – 2005. – 9 квіт.
13. Лурье А.С. Управление концертным делом. - М., 2002. – 220 с.
14. Міщенко Ю., Коскін В. Юлія Міщенко: „Бажаю щастя всіх відтінків” // Демокр. Україна. – 2005. – 24 груд.
15. Поплавський М. Шоу-бізнес: теорія, історія, практика. – К., 2001. – С.6.
16. Поплавський М.М. Менеджер культури. — К.: МП «Леся», 1996. — 415, 1 с.: табл.
17. Поплавський М.М. Менеджер шоу-бізнесу. — К.: Б. в., 1999. — 558, 1 с.
18. Почепцов Г.Г. Коммуникационные технологии XX века. - Киев, 2000.
19. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз. Рефа-бук, Ваклер, 2000.
20. Практическое руководство по менеджменту. Международный опыт достижения успеха. — Минск, 2004. – 250 с.
21. Пригожин И.И. Политика: вершина шоу-бізнеса, М.: ООО «Алкигамма», 2001. — 320 с., 32 л. ил.
22. Прядко И. Эту песню и задушишь, и убьешь...// Вечер. вести. – 2005. – 4 нояб.
23. Стеценко К. Про сучасний український шоу-бізнес // Культура і життя. – 2004. – 23 берез.
24. Українська музика – конкурентоспроможна і професійна /Укрінформ// – Уряд. кур'єр. – 2005. – 4 листоп.
25. Українським пісням – половина ефірного часу /Інф.// – Голос України. – 2005. – 26 лют.
26. <http://www.zik.com.ua/2005/6/17/news14530.htm>
27. http://www.obriy.pib.com.ua/2002/43_02/08.shtml
28. <http://deputat.org.ua/print.php?news=1120811539>
29. <http://www.zn.kiev.ua/ie/show/430/37546/>
30. <http://uaformat.com/content/view/354/39>
31. <http://urok.domivka.net>
32. www.obozrevatel.com.ua