



Образовательная программа МОО «Русское музыкальное общество»

Курс-интенсив «Менеджмент в сфере академической музыки»

**ПОЛОЖЕНИЕ О ПРОВЕДЕНИИ
КУРСА-ИНТЕНСИВА «МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРЕ АКАДЕМИЧЕСКОЙ МУЗЫКИ»**

Год проведения – 2025

Форма обучения – очная/онлайн

Информационная карточка

Направление обучения	Менеджмент
Образовательная программа	Менеджмент в сфере академической музыки
Год проведения	2025
Период проведения	12 марта 2025 – 23 марта 2025
Реализуемые формы обучения	Очная (с разбором выпускной работы экспертной комиссией), онлайн (без разбора выпускной работы)

ПРИНЯТО

Решением Правления Русского музыкального общества
Москва, 2025

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ:

- 1.1. Курс-интенсив «Менеджмент в сфере академической музыки» создан для молодых профессионалов и специалистов смежных профессий в музыкальной сфере, заинтересованных в развитии навыков управления в области академической музыки. Программа нацелена на менеджеров, организаторов концертов, продюсеров, музыкантов и всех тех, кто стремится развивать свои компетенции в сфере культурного управления и музыкального бизнеса (далее – Курс).
- 1.2. Миссия Курса заключается в подготовке специалистов, способных эффективно управлять проектами в сфере академической музыки, интегрируя ведущие практики и современные тенденции. Курс направлен на обеспечение усвоения специалистами этапов создания проектов, развитие организаторского подхода к их выполнению, систематизацию знаний о создании условий, а также развитие мотивационного потенциала для ведения успешной деятельности.
- 1.3. Учредителем и организатором Курса является Межрегиональная общественная организация «Русское музыкальное общество» (далее – РМО).
- 1.4. Настоящее Положение определяет порядок организации, проведения и участия в Курсе.
- 1.5. Курс проводится силами сотрудников РМО и представителей партнерских учреждений сферы культуры и искусства.
- 1.6. Курс проводится на некоммерческой основе.
- 1.7. Общее руководство по подготовке и проведению осуществляет организационный комитет Курса (далее – Оргкомитет).
- 1.8. Сроки проведения Курса: 12 марта 2025 года – 23 марта 2025 года.
- 1.9. Информация о Курсе и условия участия размещаются на официальном сайте Русского музыкального общества <https://рмо.рф/>.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСА:

- 2.1. Образование и подготовка: предоставить участникам актуальные знания и навыки в области менеджмента, маркетинга, финансового управления, PR, поиска и привлечения финансирования и других организационных вопросах в контексте создания проектов музыкальной сферы. Как следствие, увеличение числа профессионально подготовленных кадров, что повлияет на качество проводимых мероприятий и развитие культурного пространства.
- 2.2. Развитие лидерских качеств: способствовать формированию лидерских и управленческих навыков, необходимых для успешной реализации культурных проектов.
- 2.3. Профессиональная сеть: создать платформу для обмена опытом и заведения профессиональных контактов между участниками и ведущими практиками музыкальной сферы.
- 2.4. Креативность и инновации: вдохновить и мотивировать участников на разработку новых идей и проектов, которые будут способствовать развитию академической музыки в стране.

3. СТРУКТУРА КУРСА (тематика и содержание лекций):

Курс охватывает и раскрывает основные этапы организации и проведения проекта и подразумевает как лекции на общие темы организаторской деятельности в сфере академической музыки, так и разбор тем узкого профиля, входящих в структуру управления проектами.

3.1. Тема «**Жизненный цикл проекта**» включает в себя этапы по:

Инициации проекта: определение и обоснование идеи, художественной концепции, миссии, целей и задач проекта; определение целевых групп; исследование и анализ рынка;

Планированию проекта: составление лимитов затрат и бюджетов проекта; поиск и привлечение финансирования; календарное планирование; формирование команды;

Реализации проекта: управление командой проекта; обеспечение документооборота; организация репетиционного периода; выстраивание административно-распорядительских функций во время проведения концерта.

Контроль и отчетный период проекта: формирование отчетной документации; оценка и анализ выполнения плана; методология сбора обратной связи.

На лекциях участники узнают о правильном выстраивании всех организационных этапов, распределении ресурсов и основных точках управленческого процесса.

Также в рамках вышеуказанного блока будут рассмотрены:

- перспективы и вызовы, с которыми сталкиваются организаторы в современном музыкальном бизнесе;
- важность непрерывного обучения и адаптации в сфере музыкальных проектов.

3.2. Тема «**Менеджер проекта**» охватывает ряд ключевых аспектов и навыков, необходимых для успешной работы в выбранной области:

- определение роли менеджера проектов;
- основные обязанности менеджера проектов;
- ключевые навыки, профессиональные и личностные качества;
- специфика работы и управление мульти-кроссовыми командами, коммуникация внутри проекта;
- возможности для профессионального роста и развития сети контактов.

3.3. Тема «**Финансовый план проекта**» поднимает вопросы формирования и управления финансовыми ресурсами в рамках музыкальных инициатив и мероприятий:

- определение структуры финансового плана (бюджетирование, прогнозирование доходов и расходов);
- анализ статей расходов, составление постатейных смет проектов;
- финансовый контроль и отчетность;
- оценка финансовых рисков, разработка стратегии их минимизации;
- работа на примере реальных проектов и их успешного и неуспешного финансового планирования.

3.4. Тема «**Финансовое обеспечение проекта**» - поиск и привлечение финансовой и бартерной поддержки проекта:

- основные источники финансирования (государственные гранты и субсидии, спонсорская и партнерская поддержка);
- определение и значение грантовой поддержки (виды и типы грантов, процесс и подготовка подачи заявок, критерии отбора, кейсы успешного получения грантов);
- поиск и установление контактов с потенциальными спонсорами и партнерами, создание успешного предложения для спонсоров (объективирование ценности проекта для каждого спонсора, выгоды, маркетинговые возможности), поддержание долгосрочных отношений со спонсорами.

3.5. Тема «**Маркетинговая стратегия**», как общий план действий по продвижению проекта, привлечению целевых аудиторий, повышению продаж и усилению имиджа организации:

- маркетинговая стратегия (её составляющие) и маркетинговый план проекта;
- анализ музыкального рынка, анализ конкурентов;
- определение и анализ целевой аудитории;
- рекламные инструменты продвижения;
- сайт;
- performance-маркетинг (SEO, контекстная реклама, таргетированная реклама, email-маркетинг, CPA-сети);
- контент-маркетинг и influence-маркетинг;
- воронка продаж, базовая аналитика;
- ключевые показатели эффективности рекламы.

3.6. Тема «**SMM (Social Media Marketing)**» - продвижение проекта и бренда организации в сети Интернет и социальных сетях с целью наращивания узнаваемости бренда, лояльности аудитории, увеличению продаж:

- теория (особенности smm-концепции в сфере академической музыки, специальный подход к информационным продуктам в этой сфере);
- особенности современных концепций в соцсетях - прагма и развлечение;
- определение и производство работающей концепции;
- определение аудитории;
- производство постов и клипов (база работы с разными жанрами постов);
- создание и работа с идеями для быстрого производства материалов;
- структура редакции smm, особенности инхауса и агентств, работа в дефолтном режиме;
- задачи и способы продвижения;
- способы оценки эффективности.

3.7. Тема лекции «**Работа со СМИ и информационными партнёрами**»:

- основы работы со СМИ (основные виды и направления);
- специфика проектов академической музыки в освещении и взаимодействии с информационными партнерами;
- цели сотрудничества со СМИ (расширение аудитории, повышение узнаваемости проекта, увеличение доверия от целевой аудитории);
- этапы работы со СМИ (разработка УТП, создание медиапланов и пресс/пост-релизов, проведение пресс-конференций);
- переговоры с представителями СМИ, приглашение на мероприятия снимающих и пишущих журналистов.

3.8. Тема лекции «**Билетное хозяйство и политика реализации билетов**» - базовые знания о продаже и распространению билетов с учетом определенных ранее целевых аудиторий:

- законодательство, регулирующее продажу билетов («билет – как бланк строгой отчетности»);
- технологические аспекты распространения билетов (кассовые системы, мобильные приложения, QR-коды и их применение);
- выбор каналов продаж (партнерство с билетными операторами и платформами, онлайн и оффлайн реализация);
- модели ценообразования, анализ спроса и конкуренции;
- маркетинговые стратегии для продажи билетов (социальные сети, рассылки, промо-мероприятия и специальные акции, программы лояльности);
- методы сбора данных о продажах и аудиториях;
- моральные и этические аспекты – перепродажи билетов, последствия для организаторов, разрешение конфликтных ситуаций.

- 3.9. Тема лекции **«Привлечение и работа с артистическим персоналом и агентствами по привлечению артистов»** раскрывает вопрос важности понимания специфики привлечения артистов к реализации проекта, взаимодействия менеджера и артиста и/или менеджера и агентства:
- понимание специфики и развитие навыков работы с артистами и агентствами;
 - влияние геополитических и культурных контекстов на привлечение артистов;
 - определение и расчет сумм вознаграждения артистического персонала, ведение переговоров;
 - критерии выбора артистов (профессионализм, репертуар, стиль исполнения), поиск и отбор (мастер-классы, конкурсы, фестивали);
 - подготовка к мероприятию (репетиции, логистика), контрактные отношения, координация действий;
 - конфликтология.
- 3.10. Тема лекции **«Техническое обеспечение проекта»** для понимания этапов продуктивного взаимодействия с техническими командами при подготовке и реализации проектов:
- значение технического обеспечения в составлении бюджетов и организации проекта;
 - виды технического обеспечения (звуковое, световое и видео оборудование, сценическое оформление проекта – адаптация оборудования под форматы проектов);
 - оценка потребностей проекта, бюджетирование и логистика;
 - технические репетиции и взаимодействие менеджера с технической командой;
 - тайминг проекта в условиях технического обеспечения.
- 3.11. Тема лекции **«Договорное обеспечение на проекте. Охраняемые объекты авторского и смежного права на проекте»:**
- объекты авторских и смежных прав в музыке;
 - исключительные и иные права на музыку;
 - договоры в сфере академической музыки (договор об отчуждении, лицензионный договор, авторский заказ, договор оказания услуг);
 - на что обращать внимание перед подписанием договоров;
 - юридическое оформление музыкальных проектов.
- 3.12. Тема лекции **«Гастрольная деятельность»** освещает этапы подготовки и проведения показа мероприятия в других городах и странах:
- виды гастролей;
 - подготовка гастрольного выезда;
 - выбор репертуара;
 - формирование гастрольной группы;
 - партнерство с концертными агентствами и организаторами;
 - логистика (транспорт, жилье, техническое обеспечение).
- 3.13. Бонус-лекция **«Международное сотрудничество»** - взгляд на возможности и перспективы международного сотрудничества в условиях настоящей геополитической ситуации.
- 3.14. В процессе проведения тематических лекций будут организованы две встречи с участниками Курса для разбора основных вопросов по выпускной работе **«Организация и проведение проекта сферы академической музыки»**.

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ КУРСА

4.1. Курс проводится в три этапа:

I этап – отборочный.

Проводится на основе поданных заявок на участие.

Оргкомитет Курса, состоящий из руководства РМО, изучает предоставленные участниками Курса материалы (заполненную заявку и пример работы - проекта) и принимает решение о допуске или недопуске участника к участию в программе. Преимуществом будет наличие у участников Курса собственных музыкальных проектов.

II этап – прохождение программы.

Участие всех участников Курса лекций и семинарских занятий* (*только для слушателей очной программы), согласно представленному в п.3 настоящего Положения описанию программы. По результатам прослушанных лекций написание выпускной работы по организации и проведению собственного проекта* (*только для слушателей очной программы). Оценка экспертным советом работ, предоставление участникам замечаний, комментариев, советов.

III этап – защита проектов.

Защита и разбор на очном занятии проектов, которые были созданы участниками Курса. Награждение Сертификатами о прослушанном Курсе.

4.2. Экспертный совет формируется не менее чем за 1 (одну) неделю до защиты проектов и состоит из Оргкомитета и лекторов Курса.

4.3. Период проведения этапов Курса:

I этап – отборочный - заявки и материалы для участия в I этапе Курса принимаются с 14 февраля по 2 марта 2025 года.

Список участников, допущенных ко II этапу Курса, будет опубликован на сайте Русского музыкального общества не позднее 10 марта 2025 года.

II этап – прохождение программы проводится с 12 марта по 22 марта 2025 года.

III этап – защита проектов и вручение Сертификатов очным слушателям состоится 23 марта 2025 года.

Рассылка сформированных в электронном виде Свидетельств о прослушанном Курсе для вольных слушателей Курса (очная форма обучения) и участникам Курса (онлайн форма обучения) осуществляется в течение 7 (семи) календарных дней после окончания III этапа Курса.

5. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ВЫПУСКНОЙ РАБОТЫ

Контрольная работа выполняется в формате А4 (таблицы, графики и другие подобные материалы при необходимости могут быть выполнены в формате А3) с соблюдением следующих правил. Шрифт – Times New Roman, 14. Поля: слева – 3 см, справа – 1 см, сверху и снизу – 2 см; отступ начала абзаца – 1,25 см; выравнивание текста по ширине страницы; межстрочный интервал – 1,5. Между абзацами дополнительный интервал не вводится. Страницы нумеруются внизу посередине.

6. ФУНКЦИИ И ПОЛНОМОЧИЯ ОРГКОМИТЕТА КУРСА

6.1. Для организационного и технического обеспечения Курса формируется организационный комитет из числа сотрудников РМО. Оргкомитет осуществляет свои полномочия в период подготовки и проведения Курса.

6.2. Организационный комитет обязан:

- соблюдать настоящее Положение, в том числе выполнять все действия, связанные с проведением Курса, в установленные настоящим Положением сроки;
- обеспечить проведение Курса в соответствии с настоящим Положением;
- обеспечить конфиденциальность персональных данных, полученных от участников для целей проведения Курса, и безопасность при их обработке в рамках

исполнения своих обязательств, предусмотренных настоящим Положением, в соответствии с требованиями Федерального закона Российской Федерации от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных»;

– не предоставлять информацию об участниках Курса третьим лицам для целей, не связанных с проведением Курса, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Положением и законодательством Российской Федерации.

6.3. Организационный комитет Курса:

– разрабатывает, утверждает и публикует на официальном сайте РМО настоящее Положение;

– доводит до сведения участников Курса следующую информацию: расписание программы Курса, место и время проведения Курса, имена и регалии лекторов Курса, информирует о переносах и заменах лекторов Курса по независящим от Оргкомитета Курса причинам.

7. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

7.1. Настоящее Положение принимается решением Правления РМО и утверждается Председателем Правления РМО.

7.2. Внесение изменений и дополнений в настоящее Положение возможно по решению Правления РМО и при утверждении такого решения Председателем Правления РМО.

**Исполнительный директор
МОО «Русское музыкальное
общество»**



С.М. Кобзарь