

Poddyplomowe Studia „Menedżer Muzyki”

z udziałem

wykładowców Szkoły Głównej Handlowej

Jeśli masz co najmniej dyplom licencjata i marzy ci się korzystny zwrot z inwestycji w edukację muzyczną albo po prostu lubisz być solistą/ką i chcesz samodzielnie zdecydować o swoim miejscu na rynku pracy –

Ta oferta jest właśnie dla Ciebie !

Dziś, na wymagającym rynku pracy, w warunkach rosnącej konkurencji wśród absolwentów szkół artystycznych, absolwent studiów muzycznych powinien być nie tylko profesjonalnie wykształconym muzykiem ale także znać zasady funkcjonowania gospodarki rynkowej.

Znajomość podstaw zarządzania, narzędzi marketingu, prawnych form prowadzenia działalności gospodarczej w sferze kultury, źródeł finansowania/pozyskiwania przychodów, umiejętność oceny sytuacji rynkowej, identyfikowania potencjalnych partnerów współpracy, kształtowania wizerunku, pozwolą Ci osiągnąć dwie kluczowe z punktu widzenia zatrudnienia korzyści:

- rozpocząć samodzielną działalność gospodarczą,
- zwiększyć atrakcyjność jako pracownik instytucji upowszechniania kultury.

Czas trwania – 2 semestry (sobota/niedziela – co 2 tyg.).

Warunek uzyskania świadectwa/dyplomu – absolutorium i pozytywny wynik końcowego egzaminu ustnego.

Wykładowcy – zajęcia są prowadzone przez wykładowców Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie oraz praktyków reprezentujących instytucje kultury i firmy sektora kreatywnego. Przewidziane są również spotkania z artystami, którzy odnieśli sukces także jako przedsiębiorcy (z uwzględnieniem różnych form prawnych prowadzenia działalności gospodarczej).

Program studiów składa się z 6 modułów:

I. Ekonomia kultury; (1) związki między polityką gospodarczą, kulturalną i finansową państwa; (2) ekonomiczne aspekty aktywności w sferze kultury;

II. Zarządzanie i marketing; (3) Zarządzanie, najnowsze trendy zarządzania; (4) Zarządzanie projektem, zasady, fazy projektu; (5) Koncepcja wartości marketingowej; (6) Plan marketingowy; (7) Kreowanie marki artysty; (8) Organizowanie kampanii promocyjnych; (9) Wykorzystanie internetu do celów marketingowych; (10) Organizacja koncertu jako przedsięwzięcia artystycznego i biznesowego; (11) Wystąpienia publiczne; Sztuka prezentacji siebie; (12) Negocjacje.

III. Aspekty prawne prowadzenia działalności gospodarczej przez artystę: (13) Prawo autorskie – przedmiot ochrony, podmiot praw autorskich, autorskie prawa osobiste i majątkowe; (14) Prawo zamówień publicznych; tryby zamówień; (15) Zawieranie umów handlowych, oferta handlowa; (16) Formy prawne prowadzenia działalności gospodarczej w sferze kultury; Statut organizacji; (17) Zasady opodatkowania działalności gospodarczej.

IV. Źródła finansowania działalności artystycznej: (18) Źródła przychodów (model biznesu); (19) Pozyskiwanie środków publicznych krajowych i zagranicznych, *Crowdfunding*; Barter; Sponsoring; Aspekty podatkowe wybranych form działalności zarobkowej.

V. Aspekty psychologiczne pracy menedżera: (20) Psychologia pracy zespołowej, wywieranie wpływu na innych; Specyfika relacji menedżer – artysta, zarządzanie czasem.

VI. Warsztaty z menedżerami, gry symulacyjne z udziałem specjalistów Banku BZ WBK; (21) identyfikowanie luki poznawczej między teorią i praktyką; (22) zewnętrzne i wewnętrzne uwarunkowania działalności artysty w realiach rynkowych.

Ilość miejsc: 30 (decyduje kolejność zgłoszeń).

Kontakt:

Sekretariat: mgr Ewa Fiedorowicz
e-mail: ewa.fiedorowicz@chopin.edu.pl

Kierownik Studiów: dr Teresa Magdalena Dudzik
e-mail: tdudzi@sggw.waw.pl