

RTU studiju kurss "Radošo industriju nozaru menedžments"**22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte****Vispārējā informācija**

Kods	LKA204
Nosaukums	Radošo industriju nozaru menedžments
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītspēks	Deniss Ščeuļovs - Doktors, Profesors
Apjoms daļās un kredītpunktos	2 daļas, 7.5 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Kursu docē LKA mācītspēks: doc. Agnese Hermāne. Lekciju kursa ietvaros tiek aplūkoti dažādu radošo industriju nozaru darbības specifika - populārā un akadēmiskā mūzika, laikmetīgās skatuves mākslas menedžments, izdevējdarbība un grāmatniecības nozares darbība, audiovizuālās mākslas darbu producēšanas, mediju industrija un arhitektūras menedžments, lai nodrošinātu studentu spējas darboties dažādās radošo idustriju nozarēs.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Kursa mērķis ir radīt studentiem izpratni par dažādu radošo industriju nozaru menedžmenta specifiku un darbības modeļiem, lai sekmētu dažādu radošo industriju nozaru sinerģijas iespēju izpratni. Kurss nodrošinās studentiem zināšanas par nozaru uzbūvi un praktisko darbību, palīdzēs noteikt studentiem sev interesējošās jomas, ko padziļināti apgūt prakses ievaros, un apzināties sadarbības nepieciešamību inovāciju radīšanā.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Katras tēmas noslēgumā jāveic patstāvīgs darbs, kas demonstrē studenta zināšanas par nozares funkcionēšanu un specifiku: Audiovizuālās mākslas darba producēšanas plāns; Grupu darbs – referāts mūzikas industrijā; Testi un semināri mediju industrijas nozarē, esejas. Izdevējdarbība un grāmatniecība - pētījums par izdevējdarbības situāciju Latvijā.
Literatūra	Allen, Paul. Artist Management for the Music Business. 2nd Edition.Focal Press. 2011. Bakhshi, Hasan and David Throsby. Culture of Innovation. An economic analysis of innovation in Arts and Cultural Organisations.NESTA, 2010. Beardslee-Trommer, Heather. Dance Production and Management (Dance Horizons Book). Princeton Book Company. 2013. Conte, David M., Langley, Stephen. Theatre management. Producing and Managing the Performing Arts. Hollywood: Quite Specific Media Group, Ltd., 2007. Feist, Jonathan. Project Management for Musicians: Recordings, Concerts, Tours, Studios, and More (Music Business: Project Management). Berklee Press . 2013. Film Production Management 101-2nd edition: Management & Coordination in a Digital Age, Debora Phaz, 2010. Fisher-Lichte, Erika. The Transformative Power of Performance. A New Aesthetics. Routledge, 2008. Global Changes – Local Stages: How Theatre Functions in Smaller European Countries. H. Van Maanen, A. Kotte and A. Saro, Amsterdam (Ed.). New York: Rodopi, 2009. Hollifield, Ann. Wicks LeBlanc, Jan. Sylvie, George. Lowrey, Wilson. Media Management: A Casebook Approach (Routledge Communication Series). 5th Edition. Routledge. 2015. Hoover, Stephen. Film Production: Theory and Practice. Stephen Hoover. 2013. Jugenheimer D.W., Kelley L.D, Klein Monroe F. Advertising Management. Routledge, 2009 Klaič, Dragan. Resetting the Stage. Public Theatre Between the Market and Democracy. Bristol and Chicago: Intellect, 2012. Küng , Lucy. Strategic Management in the Media: Theory to Practice. 2nd Edition. SAGE Publications Ltd. 2017. Lehmann, Hans-Thies. Postdramatic Theatre. Routledge, 2006. Passman, Donald. All You Need to Know about the Music business: Ninth Edition. Simon & Schuster . 2015. Producer to Producer: A Step-By-Step Guide to Low Budgets Independent Film Producing, Maureen Ryan, 2010. Read, Alan. Theatre, Intimacy & Engagement. The Last Human Venue. Palgrave Macmillan, 2009.
Nepieciešamās priekšzināšanas	Apgūts lekciju kurss "Introduction To Cultural and Creative Industries"

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienēs studijas		Nepilna laika neklātienēs studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Populārās mūzikas menedžments, industrijas struktūra, grupu un kompāniju darbības modeļi, mūzikas eksports. Praktiskas nodarbības diskusijas, tikšanās ar mūzikas eksporta biedrības pārstāvjiem.	16	26	16	26
Akadēmiskās mūzikas menedžments, nozares uzbūve, kolektīvu veidi un darbības pamatprincipi, pasākumu veidi, finansējums. Tikšanās ar LNSO, VAK "Latvija" vadību, VAS "Latvijas koncerti" pārstāvjiem.	16	26	16	26

Audiovizuālās mākslas darbu producēšana, filmu producēšanas modeļi. Filmēšanas procesa organizēšana, filmu izplatīšana. Tikšanās ar kino režisoru, filmu producentiem.	16	26	16	26
Izdevējdarbības un grāmatniecības nozares, biznesa modeļi, izdevniecības darbs. Tikšanās ar izdevniecību pārstāvjiem.	4	8	4	8
Mediju un reklāmas industrijas uzbūve, kompāniju biznesa modeļi un mūsdienu attīstības tendences. Tikšanās ar Latvian Art Directors Club valdes pārstāvjiem, reklāmas un mediju aģentūras.	28	34	28	34
Kopā:	80	120	80	120

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Spēs izprast audiovizuālās mākslas darbu producēšanas procesu, spēš identificēt filmēšanas procesa organizācijā iesaistītos filmu nozares speciālistus, to darbības un atbildības sfēras, filmēšanas organizācijas dažādas darba fāzes, specifiskos uzdevumus.	Audiovizuāla darba producēšanas plāna izstrāde un prezentēšana.
Pārzinās mūzikas industrijas struktūru, akadēmiskās un populārās mūzikas jomas. Prātīs integrēt vispārējās zināšanas, piemēram, mārketingu, personāla vadību, projektu vadību u.c. mūzikas menedžmenta darbībā, orientēties nozares darbībā un dažādu spēlētāju darbības veidos un modeļos.	Referāts un prezentācija.
Izprātīs izdevējdarbības un grāmatniecības nozares darbības pamatprincipus, pārzinās izdevējdarbības produktu veidus un izdevniecības darbību specifiku/.	Pētījuma veikšana par izdevējdarbību situāciju Latvijā.
Studenti būs apguvuši mediju industrijas uzbūvi un darbības specifiku, guvuši ieskatu mediju teorijās un sociālo tīklu darbībā. Orientēsies reklāmas, mediju aģentūru darbībā un TV un radio darbības specifikā.	Testi, Semināri, Esejas.
Studenti pārzinās dažādu radošo industriju nozaru struktūru, menedžmenta specifiku un procesus, organizācijas, paplašinās profesionālo kontaktu loku.	Apmeklējums.

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Apmeklējums	20
Kursa ietvaros veikto uzdevumu kopvērtējums	80
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	4.5	1.5	1.5	0.0	*		
2.	3.0	1.0	1.0	0.0		*	