

音乐艺术管理理论考试大纲

【艺术管理专业研究方向适用】

一、管理学

1. 管理与管理学。

掌握管理的概念、特征和管理学的涵义,了解管理人员应具备的素质和技能,创新是现代管理人员素质的核心。

2. 管理学的形成和发展。

了解管理思想发展的脉络及趋势,掌握主流管理思想的核心内容和基本框架,重点掌握古典管理理论、人际关系理论与行为科学理论、决策理论、系统管理理论、权变理论。理解各种管理思想的贡献和局限性。

3. 管理的环境。

了解管理环境的涵义和特性;理解管理环境对管理活动的影响;掌握驾驭环境的技巧。

4. 计划与战略。

了解计划与战略的基本内容;理解计划与战略的概念和在现代管理中的重要意义;掌握制定计划和制订战略的方法和步骤。

5. 决策与预测。

了解决策与预测的概念及在现代管理中的发展;理解决策和预测的重要性;掌握决策和预测的类型和如何因地制宜的运用好决策。

6. 组织。

了解组织工作的基本程序,明确组织功能和设计内容,把握组织变革与创新。

7. 领导与控制。

了解领导和控制的涵义;理解领导活动与一般管理活动的区别与联系;掌握控制的类型和过程。

8. 激励与沟通。

了解激励与沟通的基本内容;理解激励和沟通在现代管理中的重要性;掌握激励和沟通的类型。

二、艺术管理学

主要从现代表演艺术活动的界定出发,引出公民社会的概念,作为学习艺术和文化精神属性的基础,同时在公民社会属性和商品属性的关系层面上,重新梳理文化产业的概念,以此增强学生的社会责任感;并通过介绍、分析西方发达国家艺术管理不同模式的形成与发展,我国艺术表演业体制的演变过程,以及演艺业如何进行产业化的运作等,使学生在较为宽广的国际观察视野的平台上,在深入社会实践的调研中,提高宏观与微观思考问题的能力。

主要内容:

1. 公民社会与文化产业: 演艺业的双重界定。

理解艺术表演活动的公民社会属性和商品属性的关系,了解非营利性艺术团体和营利性艺术团体的分类及其它它们之间最根本的区别。

2. 西方国家艺术管理模式的形成与发展。

了解西方发达国家艺术管理模式的形成与发展,掌握英国实行“一臂之距”管理政策、美国实行“法制化”管理方式、法国实行“政府包办”政策的原由。

3. 我国艺术表演业管理体制形成与演变的历史。

了解我国艺术表演业管理体制形成与改革的过程,试比较 80 年代和新世纪以来中国演

艺业和文化体制改革的异同。

4. 演艺团体的领导者。

理解一个艺术团体中领导者的重要性，掌握艺术团体的领导者应具备的素质。

5. 演出管理中的“待人之道”。

了解动力原理，并懂得“以人为本”在艺术管理过程中的重要性。

6. 演艺团体和剧场的产业化运作。

理解产业化运作指的是一种社会化大生产的高级运作方式，产业化运作是建立在市场化的基础之上的，必须按照市场的规则——公开、公正、公平，必须遵循市场的机制——供求机制、价格机制、竞争机制进行运作；艺术生产过程的产业化运作，是当代科技、现代管理融入艺术生产过程所带来的相应的生产关系和生产方式变化的必然结果。懂得采用什么样的措施鼓励演艺团体、演艺机构的产业化运作，懂得产业化运作需要建立在资本运作的层面上，并能举例说明实现艺术资源重新整合、建立科学的艺术生产产业链的必要性。

三、市场营销学

1. 市场营销概述。

市场营销学的性质、研究对象；市场营销理论产生的历史背景与阶段特征；市场营销管理哲学的发展、演变，新旧营销观念的区别。

2. 战略规划和市场营销管理过程。

战略规划和市场营销管理过程的含义、作用和步骤；制定企业任务、目标和业务组合计划的基本方法，以及企业业务创新的主要途径；明确市场营销管理的实质和主要任务。

3. 市场营销环境分析。

市场营销环境对市场营销活动的重要影响作用；微观环境和宏观环境的主要构成；分析、评价市场机会与环境威胁的基本方法。

4. 消费者市场、组织市场及其购买行为。

消费者市场的含义、特点以及影响消费者购买的主要因素，消费者购买决策过程；非营利组织市场的含义和基本特征。运用理论分析相关问题。

5. 目标市场营销战略与市场竞争战略。

目标市场营销战略各步骤的含义及其联系，市场细分的作用和依据；市场竞争者的识别与市场竞争者的竞争战略。应用相关原理分析处理问题。

6. 产品策略、品牌、商标与包装。

产品的整体概念及其营销意义，产品组合及其相关概念，产品组合策略和产品生命周期的阶段特征及其营销策略；品牌的含义及其在市场营销中的作用，品牌注册的营销意义及品牌与商标的区别。应用理论分析实践存在的问题。

7. 定价策略。

定价的主要影响因素；一般定价方法和基本策略。应用原理分析实践存在的问题。

8. 分销策略与促销策略。

分销渠道的含义及作用，分销渠道选择的主要影响因素；促销的含义与作用，促销组合的基本内容以及各种促销方式的主要特点，广告的设计原则和人员推销的基本策略，公共关系和营业推广的主要活动方式。应用理论分析实践中存在的问题。

9. 市场营销的计划、组织、实施与控制。

市场营销计划的作用与内容，以及市场营销组织的主要类型，掌握处理营销部门与其他职能部门关系的技能，以及市场营销控制的主要方法。应用理论分析和处理相关问题。

10. 服务市场营销。

服务的含义与特点，以及服务营销与产品营销的区别；服务营销组合的主要因素及服务

质量管理方法。

四、人力资源管理

1. 人力资源开发与管理基本原理。

掌握人力资源开发与管理的基本概念及人力资源开发与管理产生的历史背景；了解我国人力资源开发与管理现状；掌握人事矛盾运动规律；了解中国古代的人事思想及发达国家的人力资源管理思想。

2. 人力资源开发与管理基础工作。

掌握组织设计的目的、方法和步骤；定编的作用和定员的方法；工作分析数据收集的基本方法；工作分析的基本步骤；职位评价的意义和步骤；职位分类的基本概念。

3. 人力资源计划。

了解人力资源计划的必要性；掌握人力资源需求分析的基本思路和方法及人力资源供给分析的基本思路和方法；制订企业人力资源计划的步骤。

4. 人员招聘与人事测评。

掌握人员招聘的一般程序；内部招聘与外部招聘的利弊；人员选拔方法与人事测评技术；面试的技巧；测试的信度与效度的含义；招聘管理工作的主要内容。

5. 人员的使用与调配。

掌握人员调配的原则和类型；人员职务升降的功能；人员流动的基础理论及人员流动管理。

6. 人事风险。

掌握人事风险的含义和特征；人事风险的危害；人事风险的主要表现和成因及人事风险的防范对策。

7. 绩效考核管理。

掌握绩效考核的意义及难点；绩效考核在人力资源管理中的应用；选择和应用可行的绩效考核方法；绩效考核中易出现的问题和防范方法。

8. 薪酬管理。

掌握薪酬的基本概念；工资制度、工资给付方式的选择；奖励和惩罚的综合运用；薪酬策略的制定现代薪酬管理思想；中国企业薪酬管理现状与对策。

9. 人员培训。

了解培训与人力资源开发的关系及培训的重要性；对不同培训对象的培训内容重点及培训形式；掌握企业培训组织工作的主要内容；培训方案的设计；组织学习与学习型组织的含义。

10. 职业管理。

掌握职业生涯、职业计划、职业管理的含义；职业发展观的含义和意义；自我职业生涯管理的内容；企业进行职业管理的内容和方法。

11. 劳动关系。

了解劳动关系的内涵及中国劳动者的权利；工会和职代会在我国企业中的地位和作用；国外劳资协商谈判的进展；解决劳动争议的原则、途径和方法；中国当前劳动关系的趋势及其整合出路。

12. 组织文化建设。

掌握组织文化的基本概念；组织哲学及组织文化建设原理；组织文化与组织竞争力；群体价值观、组织道德、组织风气的作用。

13. 领导者与人力资源开发和管理。

了解领导者价值观与人力资源开发管理；掌握领导者心理结构与领导团队建设。

14. 人力资源的跨文化管理。

分析文化差异的不同维度；了解人力资源跨文化管理的含义和内容；价值冲突的表现层面；跨文化管理的类型及人力资源跨文化管理的对策。

五、项目管理

1. 项目管理基本原理。

掌握项目管理的基本框架，了解项目管理的若干关键术语，区分项目和日常业务不同之处和共性，理解项目规划和战略发展的关系。

2. 项目的生命期和组织。

掌握划分项目生命周期以及识别各阶段特征的方法，区分项目生命期和产品生命期的不同，确定和项目有关的干系者，以及组织结构在项目运作中的作用和意义。

3. 单个项目管理过程。

识别决定项目成功和失败的因素，掌握项目管理五大过程组的定义，职能范围以及相互关系。

4. 项目整体管理。

掌握项目整体管理的大致流程，了解整体管理中的七个组成部分，理解各个组成部分的侧重点及意义。

5. 项目范围管理。

确定、核实与控制项目范围，制定项目范围管理计划，制定和定义工作分解结构，制定项目范围说明书，验收已经完成的项目可交付结果，控制项目范围的变更。

6. 项目时间管理。

确定完成项目必须进行的具体活动，确定各计划活动之间的依赖关系，估算完成各计划活动所需的资源的种类，数量和工时单位数，分析活动顺序，持续时间，进度制约因素以及对进度变更的控制。

7. 项目费用管理。

编制完成项目活动所需资源的大致费用，合计各个活动或工作包的估算费用，建立费用基准，确定影响造成费用偏差的因素，控制项目预算的变更。

8. 项目质量管理。

确定项目质量方针和目标，进行质量规划，开展规划确定的系统的质量活动，监控项目的具体成果，判断对质量标准的符合程度，找出提高项目绩效的方法。

9. 项目人力资源管理。

确定、记录和分派项目角色和职责，制定人员配备管理计划，组织进行人员招募，推行项目团队建设，提高成员技能及成员间的交互作用，跟踪成员绩效，提供反馈，协调变更事宜，提高项目绩效。

10. 项目沟通管理。

确定利害关系者对信息和沟通的需求，保证信息流通系统的畅通，搜集与传播项目的绩效信息，选择合适的沟通媒介，提高项目运作的快速反馈能力。

11. 项目风险管理。

掌握识别风险的技能，进行风险分析和规划，对风险概率和影响进行评估和汇总，进行风险排序，对风险的影响进行定量分析，制定风险应对方案，进行风险监控。

12. 项目采购管理。

确定所需的产品和服务的种类，时间及方式，记录需求物的要求，确定潜在供应商，制定询价和报价相关资料，制定和管理合同，审查和记录买卖双方的绩效，确定必要纠正措施，完成并结算合同。

音乐艺术管理方向参考书目：

- 《管理学教程》 王俊柳、邓二林主编 中国人民大学出版社 2003 年
- 《管理学原理》 周三多主编 复旦大学出版社 2005 年
- 《管理学模拟题库》 上海交通大学出版社 2003 年
- 《管理——任务、责任和实践》 [美] P·F·德鲁克著 中国社会科学出版 1994 年
- 《西方管理思想史》 郭咸纲著 经济管理出版社 2004 年第三版
- 《2004 中国文化产业发 展报告》 张晓明、胡惠林等 社会科学出版文献出版社
- 《2005 中国文化产业发 展报告》 张晓明、胡惠林等 社会科学出版文献出版社
- 《演艺业管理与运作》 谢大京、一丁著 上海音乐出版社 2007 年
- 《文化发展论坛 2005 年度报告》 文化艺术出版社
- 《文化产业的时代审视》 谢名家 人民出版社
- 《英国文化》 范中汇著 文化艺术出版社
- 《法国文化》 苏旭著 文化艺术出版社
- 《美国文化》 孙维学著 文化艺术出版社
- 《市场营销学》 吴键安主编 高等教育出版社 2004 年
- 《市场营销学学习指南与练习》 吴键安主编 高等教育出版社 2004 年
- 《营销学：最佳实践》 美国迈克尔 R 辛科塔等著
- 《市场营销学通论》 郭国庆主编
- 《人力资源开发与管理》 张德 清华大学出版社 2001 年
- 《人力资源管理概论》 董克用 中国人大出版社 2004 年
- 《人力资源管理》 陈维政 高等教育出版社 2002 年
- 《人力资源管理》 R·韦恩·蒙迪 经济科学出版社 1998 年
- 《当代中国公共部门人力资源管理与开发》 李德志 科学出版社 2004 年