

УДК 378.147:78:005.336.2

Олександр Ількаєв

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ORCID ID 0009-0008-1713-9320

DOI 10.24139/2312-5993/2026.02/246-265

ПІДГОТОВКА БАКАЛАВРІВ З МУЗИЧНОГО БІЗНЕСУ В КОЛЕДЖІ МУЗИКИ БЕРКЛІ ТА ШКОЛІ СТАЙНГАРДТ НЬЮ-ЙОРКСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ З ІНТЕГРАЦІЄЮ ПРОЄКТНО-СТУДІЙНИХ ПРАКТИК

У статті проаналізовано моделі підготовки бакалаврів програми «Музичний бізнес» на прикладі Коледжу музики Берклі та Школі Стайнгардт Нью-Йоркського університету. Визначено ключові механізми проєктно-студійного навчання: автентичні проєкти, студійні сесії та індустріальні партнерства. З'ясовано, що в Україні відсутня цілісна бакалаврська програма «Музичний Бізнес», а наявні освітні програми лише частково охоплюють цю сферу. Запропоновано концептуальну модель підготовки фахівців музичного бізнесу, яка передбачає компетентнісний підхід, інтеграцію дисциплін, портфолію та співпрацю з індустрією. Практичне значення розвідки полягає у наданні рекомендацій для розробки й модернізації освітніх програм у сфері музичного бізнесу в Україні.

Ключові слова: музичний бізнес, проєктне навчання, студійне навчання, освітні програми, індустріальні партнерства, компетентнісний підхід, підготовка бакалаврів.

Постановка проблеми. Стрімка трансформація глобальної музичної індустрії, зумовлена цифровізацією, розвитком стрімінгових сервісів, аналітики та нових моделей монетизації висуває нові вимоги до професійної підготовки фахівців у сфері музичного бізнесу. У провідних університетах США сформовано цілісні освітні моделі «Музичного бізнесу» (Music Business), що поєднують компетентнісний підхід, проєктне навчання (PBL) та студійне навчання (SBL) і забезпечують системну інтеграцію теоретичних знань, практичних навичок та індустріального досвіду.

В Україні наявні акредитовані освітні програми в суміжних галузях, зокрема з менеджменту соціокультурної діяльності, музичного продакшну та менеджменту мистецьких проєктів, які частково охоплюють питання музичного бізнесу. Водночас відсутня цілісна, окрема акредитована бакалаврська програма «Музичний бізнес», порівнянна за структурою та індустріальною інтеграцією з моделями Коледжу музики Берклі (Berklee College of Music) або Школі Стайнгардт Нью-Йоркського університету (NYU Steinhardt). Наявні траєкторії часто фрагментарно поєднують творчі, управлінські, правові та технічні компоненти, не завжди забезпечуючи системну послідовність, студійні

практики, вимоги до портфоліо та формалізовані механізми індустріальної взаємодії.

Така ситуація породжує структурне протиріччя між потребами сучасного ринку праці у фахівцях, здатних працювати з правами, даними, маркетингом, менеджментом артистів, промо та цифровими інструментами, і можливостями національної системи вищої освіти. Відсутність чітко визначених дидактичних алгоритмів інтеграції проєктних і студійних форматів у навчальні плани, критеріїв оцінювання автентичних результатів та механізмів індустріальної інтеграції ускладнює розробку ефективних освітніх рішень і формування конкурентоспроможних випускників-фахівців.

Отже, наукова проблема полягає у визначенні та педагогічному обґрунтуванні технологічної моделі підготовки фахівців музичного бізнесу, яка б інтегрувала міжнародні підходи, враховувала національні освітні реалії та інфраструктурні обмеження, а також була б придатною для поетапного впровадження в українській системі вищої освіти.

Аналіз актуальних досліджень. Дослідження у сфері підготовки фахівців музичного бізнесу перебувають у полі постійної наукової уваги, оскільки визначають здатність випускників адаптуватися до динамічних умов індустрії та вимог ринку праці. У сучасній літературі виокремлюються кілька напрямів: стандарти акредитації та рамки компетентностей, проєктно-орієнтовані підходи, студійні моделі та технологізації навчального процесу.

Концептуальні підходи до проєктного навчання підкреслюють роль автентичних проєктів у формуванні практичних навичок і портфоліо (Thomas, 2000), тоді як студійні підходи і рефлексивна практика (Schön, 1983) акцентують циклічність роботи, культуру критики та наставництва. Модель студійного середовища (Brandt et al, 2011) описує студію як соціально-педагогічну екосистему, де знання формується через колективну діяльність і публічні сесії критики.

Незважаючи на значний прикладний доробок (опис програм Коледжу музики Берклі та Школи Стайнґардт Нью-Йоркського університету, аналітика IFPI, ініціативи MusicBiz), бракує системних синтезів, які б поєднували акредитаційні стандарти, теоретичні підходи і емпіричні кейси у єдину технологічну модель, придатну для адаптації в національному контексті. Це визначає науковий напрям для даного дослідження.

Мета дослідження. Метою статті є аналіз освітніх моделей підготовки бакалаврів у програмах музичного бізнесу Коледжу музики

Берклі та Школі Стайнґардт Нью-Йоркського університету з метою виявлення педагогічних механізмів проєктного та студійного навчання та їх ролі у формуванні індустріально релевантних компетентностей. На підставі синтезу теоретичних підходів і емпіричних даних стаття формулює практичні рекомендації для адаптації цих підходів в українській системі вищої освіти та окреслює напрями методологічного й інституційного вдосконалення національної педагогічної практики.

Методи дослідження. У дослідженні застосовано комплекс методів, що забезпечують цілісне вивчення освітніх моделей Музичного бізнесу у провідних американських університетах. Основним методом виступив порівняльний аналіз, який дав змогу зіставити структуру, зміст і педагогічні підходи програм Коледжу музики Берклі та Школи Стайнґардт Нью-Йоркського університету. Для виявлення логіки побудови навчальних планів і механізмів формування компетентностей використано структурно-функціональний аналіз стандартів NASM, AACSB та ACEJMC. Контент-аналіз офіційних описів курсів, що містять цілі, результати навчання, структуру модулів, методи оцінювання та вимоги до автентичних продуктів діяльності дозволив визначити ступінь інтеграції проєктного (PBL) та студійного (SBL) навчання. Теоретичний аналіз концепцій Дж. Томаса та Д. Шона забезпечив методологічну основу для інтерпретації отриманих даних та концептуальну модель студійного навчального середовища, розроблену С. Брандт, К. Ченнамо, С. Дуглас, М. Верноном, М. Макґрат та І. Раймер. Узагальнення результатів здійснювалося шляхом синтезу теоретичних положень і структурних елементів освітніх програм, що дало змогу окреслити модель проєктно-студійного навчання у підготовці фахівців музичного бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Сучасний музичний бізнес переживає глибоку трансформацію, спричинену цифровізацією, стрімінговими платформами, алгоритмічними механізмами просування, розвитком аналітики, появою незалежних музикантів та зростанням ролі незалежного випуску музики. Логіка створення музики, економіка індустрії, її моделі монетизації, маркетингові стратегії, робота з даними, управління правами та музикою – це все, що впливає на зміну індустрії. У той час як в Україні фактично не існує спеціалізованих університетських програм з музичного бізнесу, в США ця галузь давно сформувалася як окрема освітня й професійна траєкторія. Програми «Музичного бізнесу» (Music Business) там

представлені не короткими курсами, а повноцінними освітніми програмами, акредитованими національними асоціаціями та інтегровані в професійну індустрію. Саме глибока трансформація музичного ринку стала відповіддю їх появою.

У цих умовах професійна діяльність у сфері «Music Business» вимагає поєднання творчих, технічних, управлінських, правових і комунікаційних компетентностей. Університети США відповідають на ці виклики переосмисленням структури підготовки фахівців – від традиційної дисциплінарної моделі до інтегрованої в практичні системи, що відтворюють реальні бізнес-процеси сучасної індустрії. Такий підхід узгоджується з ширшими освітніми тенденціями, сформульованими в документах Асоціації американських коледжів та університетів (Association of American Colleges & Universities, AAC&U), де наголошується на важливості поєднання технічних навичок, критичного мислення, міждисциплінарності та здатності працювати в складних професійних середовищах.

Освітні моделі, що застосовуються у програмах з музичного бізнесу, формуються не лише педагогічними підходами, а й інституційними вимогами. У США такі програми регулюються двома провідними акредитаційними організаціями – Національною асоціацією музичних шкіл (National Association of Schools of Music, NASM) та Асоціацією з розвитку бізнес шкіл університетів (Association to Advance Collegiate Schools of Business, AACSB), що є провідними акредитаційними організаціями у галузях музики та бізнесу та які визначають очікувані результати навчання, структуру програм та рівень професійної підготовки. У їх спільній заяві підкреслюється, що поєднання музичних, управлінських і бізнесових компетентностей є необхідним для професійної діяльності, оскільки «поєднання знань і навичок у галузі музики, адміністрації, менеджменту та інших напрямлених на бізнес дисциплін є важливим для професійної діяльності в багатьох сферах» (NASM Handbook 2025-26). Обидві організації наголошують на підтримці різних моделей підготовки, зазначаючи, що вони «схвалюють та підтримують різноманітні шляхи досягнення високої якості освіти та надають рекомендації щодо постійного вдосконалення освітніх програм» (NASM Handbook 2025-26), що створює інституційну легітимність для різних форматів студійної та проектної роботи.

NASM вимагає, щоб кожна програма мала чітко визначену мету, структуру та логіку компетентнісного розвитку і констатує, що «кожен

заклад освіти несе відповідальність за розробку та визначення мети кожної програми, яку він пропонує і яка поєднує вивчення музики та бізнесу або музичної індустрії», при цьому «структура навчальних програм та вимоги, пов'язані з конкретними освітніми програмами, повинні забезпечувати достатній час на виконання завдань, щоб сформувати передбачувані та очікувані компетентності» (NASM Handbook 2025-26). Це означає, що студійні та проєктні формати не просто мають бути на вибір, а є обов'язковою складовою для досягнення заявлених результатів.

Особливе місце у стандартах займає практична підготовка. NASM прямо вказує, що програми повинні включати «практичні заняття, лекції запрошених лекторів, участь у конференціях та семінарах, а також стажування чи інший досвід роботи». Крім того, інституції мають вибудовувати тісні зв'язки з індустрією, адже: «від навчальних закладів очікується, що вони налагодять максимально тісні зв'язки з фахівцями, компаніями та організаціями, які мають безпосереднє відношення до конкретних цілей кожної програми. Це може передбачувати залучення зовнішніх фахівців у якості штатних або позаштатних викладачів, а також запрошених лекторів» (NASM Handbook 2025-26).

NASM також дає офіційне визначення «музичної індустрії» (що тотожне термінам «музичний бізнес» та «музичний менеджмент») й використовуються досить часто як професійної сфери, що охоплює «сукупність бізнес-напрямків та конкретних підприємств, пов'язаних з розробкою, просуванням та продажем послуг і продуктів у сфері музики та розваг, включаючи менеджмент та спеціалізовані послуги в різних галузях музичної та розважальної індустрії» (NASM Handbook 2025-26). Це визначення підкреслює, що музичний бізнес – це не «додаток» до музики, а повноцінна галузь зі своїми структурами, ролями та компетентностями.

У розділі про компетентності NASM формує чіткий перелік знань і навичок, яких має досягти студент. Для музичної індустрії це, зокрема «розуміння загального функціонування та структури музичної індустрії», «практичні знання в галузі маркетингу, промоції та мерчандайзингу музичних продуктів», «базові знання в галузі авторського права, видавничої діяльності, укладання контрактів та ліцензування», «практичні знання в галузі менеджменту артистів, організації концертів та продюсування». Для бізнесової складової NASM вимагає знань з економіки, бухгалтерського обліку,

менеджменту, маркетингу та бізнес права. Усі ці компетентності за своєю природою є практичними, проєктними та кейсовими, що знову ж таки підсилює студійний характер підготовки.

Подібні тенденції простежуються і в інших галузях креативних індустрій, які безпосередньо перетинаються з музичною індустрією у питаннях маркетингу, продюсування, роботи з аудиторіями та створення медіапродуктів, і в яких професійна підготовка також регулюється спеціалізованими акредитаційними органами. Наприклад, Акредитаційна рада з питань освіти в галузі журналістики та масових комунікацій (Accrediting Council on Education in Journalism and Mass Communications, ACEJMC), що акредитує програми з медіа, комунікацій, цифрового контенту та реклами визначає практичність як ключовий елемент професійної освіти. У стандарті «Навчальна програма та методика викладання» ACEJMC вимагає, щоб навчальні програми забезпечували баланс між теоретичними курсами, професійними навичками та курсами, що інтегрують теорію і практику, а також щоб студенти опановували цифрові, технологічні та мультимедійні компетентності й брали участь у інтернатурах та інших професійних досвідах (ACEJMC Handbook 2025–26). Крім того, ACEJMC підкреслює важливість культурної компетентності, глобальної обізнаності та здатності працювати в мультикультурних командах – вимог, що є фундаментальними і для сучасної музичної індустрії, яка функціонує у глобальному, різноманітному та технологічно насиченому середовищі. Отже, ми бачимо, що рекомендації щодо програми Музичного бізнесу є частиною ширшої тенденції в освіті креативних індустрій, а не локальною особливістю окремих музичних шкіл.

У результаті американська модель підготовки фахівців музичного бізнесу базується на трьох взаємопов'язаних принципах: компетентнісно-орієнтованої освіти (competency-based education, CBE) – чіткі результати навчання, прозорі критерії, реальні докази; проєктне навчання – навчання через створення випусків, організацію подій; та студійне навчання – регулярні сесії критики, циклічності, документування процесу. Разом ці підходи формують цілісну педагогічну екосистему, яка дозволяє студентам не лише здобути знання, а й сформувати професійне портфоліо, здатне забезпечити конкурентну перевагу на ринку праці.

Ми поглиблено розглянемо два взаємопов'язані підходи проєктне навчання та студійне навчання. Вони не існують окремо один від одного: проєктне навчання задає рамку «великого проєкту»

(наприклад випуск, кампанія, подія), а студійне навчання забезпечує щоденну роботу, циклічність та культуру професійної критики.

Дж. Томас у своєму аналітичному огляді проєктного навчання демонструє, що такий підхід працює лише тоді, коли процес виходить за межі шкільної імітації та занурює студентів у справжню професійну діяльність. Він наголошує, що проєкти мають бути центральною формою освіти, адже саме через них учні опановують ключові поняття дисципліни.

Дж. Томас називає реалізм однією з найважливіших умов, оскільки проєкти повинні включати реальні завдання, реальні критерії якості, реальні ролі та реальну аудиторію. Він відзначає, що проєктне навчання має працювати з автентичними проблемами, розв'язання яких може бути впроваджене поза межами аудиторії. На його думку, саме така автентичність і робить навчання змістовним, оскільки студенти працюють не для оцінки, а для створення реального продукту, який має цінність у зовнішньому світі (Thomas, 2000).

Також Дж. Томас зазначає, що проєктне навчання неможливе без конструктивного дослідження. Це важливий процес, у якому студенти не просто відтворюють готові знання, а формують гіпотези, будують моделі, переглядають власні ідеї і приймають рішення. Це вимагає справжньої автономії, відповідальності та здатності працювати в умовах невизначеності. Саме тут проєктне навчання природно взаємодіє зі студійним навчанням: ревізія, критика, культура «майстер-учень», постійне вдосконалення. І саме це є тим, що Дж. Томас описує як необхідні механізми побудови знання, а не використання вже прописаних механізмів.

При такому погляді сучасні американські програми музичного бізнесу є майже ідеальним втіленням принципів, сформульованих Дж. Томасом. Студент не просто вивчає курс, а проходить повний цикл створення й запуску музичного продукту. Проєкт задає рамку, а студійна робота забезпечує щоденну практику, де ринок виступає справжнім критерієм якості. Це той формат, який науковець визначає як найбільш ефективний – навчання, занурене в реальну професійну діяльність, де знання формується через справжню дію, відповідальність і взаємодію з реальним світом.

Для прикладу інтеграції принципів проєктного навчання у музичну освіту ми розглянули програму Bachelor of Music in Music Business/Management у Berklee College of Music. В офіційному описі програми згадується – «Пориньте у юридичні, фінансові, творчі та

етичні питання, з якими стикаються сучасні фахівці музичної індустрії» (Berklee College of Music, n.d.). Такий формат відповідає принципу центральної ролі у PBL, коли навчання організоване навколо реальних професійних завдань, а не абстрактних модулів.

Крім того, студенти здобувають «досвід реального світу» через взаємодію з музикантами, викладачами та індустріальними фахівцями (Berklee College of Music, n.d.). Це створює автентичний професійний контекст і відтворює студійну модель навчання: постійний фідбек, культура перегляду рішень, циклічність та розвиток майстерності. Саме такі механізми Дж. Томас описує як необхідні для ефективного проєктного навчання – культуру ревізії та майстерності, що забезпечує глибоке, дієве навчання.

У такій програмі студенти проходять курси з діяльності компаній звукозапису, музичного видавництва, менеджменту артистів, організацій концертів та гастролей, правових аспектів музичної індустрії та маркетингу, навчальні завдання моделюють реальні індустріальні процеси й забезпечують автентичність, центральну роль і конструктивне дослідження. На основі реальних курсів ми можемо змодельовати ситуації, в яких проявляє себе проєктне навчання:

1) Проєкт з організації діяльності музичних лейблів (формат, що напряду впливає з курсу MB-331 Record Company Operations) – моделювання роботи незалежного лейблу: аналіз каталогу, підготовка стратегії випуску музики, планування бюджету, маркетингу та операційних процесів. Це приклад центральної ролі (проєкт є базою для навчання), оскільки така діяльність охоплює повний цикл роботи лейблу, а студенти працюють над реальними рішеннями, а не навчальними вправами. Він також вимагає конструктивне дослідження, адже тут немає готового алгоритму, оскільки студенти створюють власні моделі та стратегії.

2) Проєкт з видавничої діяльності та ліцензування (логічне продовження курсу MB-335 Music Publishing та MB-211 Legal Aspects of the Music Industry) – створення пакета документів для музичного видавництва: реєстрація творів, підготовка листів розподілу роялті, аналіз прав, підготовка пропозиції для використання музики на ТБ. Це втілює принцип автентичності (реальної події), оскільки завдання відтворює реальні юридичні та видавничі процеси, а результат може бути використаний у професійній практиці. Проєкт також потребує автономії, адже студенти самостійно приймають рішення щодо правових і комерційних аспектів.

3) Проєкт з управління кар'єрою артистів (формат, що базується на курсах MB-375 Artist Management та MB-391 Concerts and Touring) – розробка стратегії розвитку артиста: позиціонування артиста, планування виходу пісень, складання турів, контрактні рішення, бюджет та переговори. Це приклад студійної логіки ревізії та майстерності, адже студенти постійно переглядають свої рішення, отримують фідбек, уточнюють стратегію, працюють у режимі циклів – саме те, що Дж. Томас описує як необхідну умову глибокого навчання.

4) Проєкт з організації живих виступів (природне застосування знань із MB-391 Concerts and Touring та B-389 Operations Management) – планування та організація концерту: концепція, технічний райдер, бюджет, промо, логістика. Це поєднання автентичності, центральна ролі, та конструктивного дослідження, де кожне рішення є результатом аналізу, а не виконання інструкції.

Спільною рисою цих напрямів є те, що студент створює цілісний та якісний, індустріально релевантний продукт, який має справжню цінність поза межами навчального середовища. У цьому контексті проєкти, що впливають зі структури Music Business/Management програми Коледжу музики Берклі, стають не просто навчальними вправами, а доказами професійної компетентності. Наприклад, стратегія випуску музики, створена в межах курсу MB-331 Record Company Operations, демонструє здатність студента працювати з повним циклом випуску пісні від роботи з метаданими і правами до розрахунку бюджету та маркетингу, що відповідає принципу центральної ролі. Видавничий пакет, сформований у рамках MB-335 Music Publishing та MB-211 Legal Aspects of the Music Industry, є прикладом автентичності, оскільки відтворює реальні юридичні та комерційні процеси. Менеджерський кейс у курсі MB-375 Artist Management вимагає конструктивного дослідження для прийняття рішень у ситуаціях без готових алгоритмів. Організований концерт, що базується на курсах MB-391 Concerts and Touring та B-389 Operations Management, реалізує студійну логіку ревізії та майстерності, оскільки потребує ітерацій, перегляду рішень та командної взаємодії.

Отже, створені студентами автентичні результати діяльності, такі як стратегія випуску пісень, видавничий пакет, менеджерський кейс або організований концерт, виконують подвійну функцію: з одного боку, вони реалізують ключові принципи PBL про автентичність, центральну роль, конструктивне дослідження та ревізію, а з іншого

вони відповідають вимогам CBE, виступаючи тим, що C-BEN називає «authentic evidence of student achievement» («автентичними доказами навчальних досягнень студента») (Competency-Based Education Network, 2018), тобто матеріальними доказами того, що студент не лише знає, а й уміє діяти в реальних професійних умовах.

Студійне навчання доповнює проєктне, створюючи не лише середовище щоденної практики, а й особливий режим професійного мислення, у якому навчання відбувається через дію, ревізію та рефлексію. Якщо проєктне навчання задає «великий проєкт» як центральний елемент освіти, то студійна модель визначає як саме студент живе всередині цього проєкту, як працює над ним щотижня, записує, редагує, отримує відгук, вносить зміни, документує процес і повертається до прийнятих рішень. У контексті музичного бізнесу це означає, що студент не просто виконує завдання наприклад «випустити пісню», а проходить через повний цикл професійної діяльності від аналізу ринку й побудови стратегії до підготовки метаданих, комунікації з артистом, ревізії матеріалів і фінального узгодження з дистриб'ютором.

Д. Шон у своїй класичній праці «The Reflective Practitioner» окреслює структуру професійного навчання, яка на пряму відповідає студійній моделі. Його аналіз ґрунтується на реальних ситуаціях, «коли досвідчений фахівець намагається допомогти молодшому колезі навчитися чомусь» (Schön, 1983), тобто на взаємодії ментора і учня у процесі виконання реальних задач. Це не абстрактне отримання знань з сухою теорією, а спільна робота над справою, де досвідчений практик показує як мислити, ставить запитання, коригує рішення та підсвічує ті аспекти професійної діяльності, які зазвичай залишаються прихованими. Для музичного бізнесу це може проявитись, наприклад, у ситуації, коли куратор студії разом зі студентом аналізує стратегію, вголос проговорює логіку прийняття рішень, демонструє, як оцінювати ризики, або пояснює, чому певний прес-реліз «не працює» з точки зору індустрії.

Д. Шон називає «рефлексією в дії» («reflection-in-action») ключовим елементом студійної педагогіки, згадуючи що «самі практики часто демонструють здатність до рефлексії щодо свого інтуїтивного знання посеред дії і іноді використовують цю здатність, щоб справлятися з унікальними, невизначеними та конфліктними ситуаціями практики» (Schön, 1983), що прямо каже – існують ситуації, які не можуть бути розв'язані за допомогою готових алгоритмів. У музичному бізнесі такі ситуації виникають постійно: коли артист змінює

концепцію випуску пісні за два дні до дедлайну, коли дистриб'ютор відхиляє метадані, коли маркетинговий план не відповідає поведінці аудиторії. Саме тому студійна модель працює з реальними кейсами, а не з абстрактними задачами, де реальні дії студента стають об'єктом для аналізу, ревізії та вдосконалення.

У такій логіці студія стає простором, де знання проявляється в дії, а навчання стає послідовністю ревізії, відгуку та спільного конструювання рішень. Викладач не лише показує техніку чи прийом, а й коментує власні рішення, роблячи видимим процес мислення. Студент отримує доступ до внутрішньої логіки професійної діяльності, яка зазвичай прихована у звичайних навчальних форматах. Для музичного бізнесу це означає, що студент бачить не лише «що робити», а й як мислить людина, яка щодня працює з піснями артистами, контрактами, та індустріальними стандартами..

Дослідження «Теоретичні засади студії як навчального середовища» К. Брандт та співавторів демонструють, що студія функціонує не як простий «формат занять», а як соціально-педагогічна екосистема, у якій навчання організоване через специфічні форми взаємодії, обміну та професійного судження. Автори визначають студію як «унікальну спільноту, що поєднує академічний та професійний контексти» (Brandt et al., 2011), підкреслюючи, що її структура відтворює логіку професійних спільнот, де знання формується у процесі колективної діяльності, а не через передачу готових рішень. У контексті музичного бізнесу це може переноситись на проєкт, в якому студенти працюють у режимі максимально наближеному до реальних індустріальних процесів, де є підготовки матеріалів для випуску до аналізу ринку та взаємодії з артистами.

У цій моделі ключовими є практики публічної демонстрації роботи, критичних обговорень, наставництва, постійної ревізії та соціалізації у професійні норми. К. Брандт зі співавторами наголошує, що студійна педагогіка ґрунтується на публічності процесу, в якому студенти регулярно представляють проміжні результати, які стають матеріалом для колективного аналізу та рефлексії. Вони описують процес, в якому «протягом семестру студенти неодноразово презентують свої проєкти, макети чи прототипи викладачам або професійним дизайнерам під час сесій критики, покликаних стимулювати студентів до рефлексії та усвідомлення своїх знань, що формуються, через обговорення проєктів та запитання студентів. Таким чином студенти вивчають процес

проектування один від одного, від викладачів та від професіоналів у цій галузі» (Brandt et al., 2011). У музичному бізнесі аналогічну роль можуть відігравати регулярні ревізії пакетів для випуску пісень, маркетингових планів чи прес-релізів, де студенти отримують фаховий фідбек і бачать, як їхні рішення співвідносяться з індустріальними стандартами. Саме ця публічність створює умови, у яких знання стає видимим, а процес мислення колективним.

Центральним елементом студійної культури є циклічність, яку автори описують як принцип, за яким робота ніколи не вважається завершеною, а перебуває у стані постійного доопрацювання. Це означає, що студія формує не лише навички, а й практичні знання, у якій цінуються процес, перегляд рішень, експериментування та здатність працювати з невизначеністю. У музичному бізнесі це може проявлятися у постійному уточненні стратегії, корекції метаданих, адаптації маркетингових матеріалів або зміні позиціонування артиста відповідно до брифінгів та дискусій.

Роль викладача у студії також відрізняється від традиційної: він виступає не як джерело знань, а як коуч, фасилітатор і критик, який створює умови для розвитку професійного судження студента. К. Брандт та колеги описують, що інструктор створює інтимний простір для діалогу, у якому спершу вступає у тісну взаємодію зі студентом, ставлячи запитання та моделюючи мислення вголос, а згодом залучає інших учасників студії до обговорення, перетворюючи критику на колективний процес мислення (Brandt et al., 2011). Інтерпретуючи такий підхід до програми музичного бізнесу, це може виглядати як спільний розбір кампанії випуску пісні, коли викладач проговорює логіку рішень, демонструє професійні міркування та залучає групу до пошуку альтернативних стратегій. Саме така структура обговорення від індивідуального діалогу до спільного аналізу забезпечує не лише зворотний зв'язок, а й соціалізацію у професійні способи мислення.

Отже, студія постає як спільнота практики, у якій навчання відбувається через взаємодію, обговорення, експериментування та рефлексію. Це середовище, де студент поступово входить у професійне поле, засвоюючи його норми, інструменти та способи мислення, а ревізія та майстерність виконання стають не фінальними етапами, а щоденною педагогічною логікою.

Для контексту студійної логіки в музичній освіті ми розглянемо програму «Bachelor of Music in Music Business» у Школі Стайнґардт Нью-

Йоркського університету. В офіційному описі програми зазначено, що студенти отримують «практичний досвід роботи з лідерами галузі» (NYU Steinhardt, n.d.), що дозволяє припустити наявність автентичних професійних ситуацій, характерних для студійних і проєктних підходів. Важливою складовою є також вимога пройти 300 годин стажування, описаних як «практичне навчання під керівництвом експертів галузі» (NYU Steinhardt, n.d.), що створює умови для формування професійної ідентичності через практику. На основі відкритих описів навчального плану можна змодельовати типові студійні завдання, що виникають у межах програми, і співвіднести їх із конкретними курсами:

1) Практикум у діяльності музичного лейблу (формат, що напряду впливає з курсу MPAMB-UE 1310 Village Records: Practicum in the Recorded Music Industry) – моделювання роботи реального лейблу звукозапису: студенти аналізують каталог, планують стратегію випуску пісні, розробляють бюджет, маркетинг і координацію виробничих процесів. Це приклад центральної ролі, оскільки завдання охоплює повний цикл роботи лейблу та вимагає прийняття реальних рішень, а не виконання навчальних вправ. Воно також реалізує студійну логіку автентичності та командної взаємодії, адже студенти працюють у ролях менеджерів, маркетологів і координаторів, створюючи продукт, що має індустріальну цінність.

2) Управління концертною діяльністю (формат, що є логічним продовженням курсу MPAMB-UE 200 Concert Management) – планування та організація концерту: розробка концепції, складання бюджету, логістика, технічний райдер, стратегія промо. Це завдання моделює реальні процеси індустрії живих виступів і вимагає конструктивного дослідження, оскільки студенти створюють власні рішення у відкритих ситуаціях без готових алгоритмів. Це відповідає студійній логіці автентичності та практичного занурення.

3) Аналітика музичної індустрії (формат, що впливає з курсу MPAMB-UE 101 Data Analysis in the Music Industry) – аналіз ринку, поведінки аудиторії, ефективності випуску пісні, побудова моделей прогнозування. Це приклад аналітичної студії, де студенти працюють із реальними даними, інтерпретують їх і приймають рішення на основі доказів. Завдання формує дослідницьку компетентність і відтворює логіку професійної аналітики в музичній індустрії.

4) Підприємництво в музичній індустрії (формат, що реалізує курс MPAMB-UE 108 Entrepreneurship for the Music Industry) – розробка

бізнес моделі, презентація концепції, тестування ідей та їх доопрацювання після отримання відгуку. Це реалізує студійну логіку ревізії та майстерності: студенти проходять через цикли «концепція – фідбек – доопрацювання – фінальний продукт», що відповідає ітеративній природі студійного навчання.

5) Правові та бізнесові аспекти індустрії (формат, що базується на курсах MPAMB-UE 103 Business Structure of the Music Industry та MPAMB-UE 106 Legal and Business Aspects of the Music Industry) – підготовка контрактів, аналіз прав, моделювання переговорів, створення юридичних документів. Це завдання відтворює реальні юридичні та комерційні процеси, формуючи професійну ідентичність студента як учасника індустрії, а не абстрактного учня.

6) Стажування як студійний компонент (формат, що природньо взаємодіє з курсом MPAMB-UE 1320 Internship in Music Business) – робота в реальних компаніях: лейблах, видавництвах, концертних агенціях, маркетингових відділах. Це повна автентичність, оскільки студент діє у природному професійному середовищі, а результати стають доказами сформованої компетентності. На відміну від симуляцій, стажування є прямим зануренням у студію бізнес-процесів.

У програмі «BM in Music Business» у Школі Стайнгардт Нью-Йоркського університету студійна логіка проявляється через створення студентами автентичних, релевантних для індустрії продуктів, що мають цінність поза межами навчального середовища. У такому контексті проєкти стають доказами професійної готовності. Практикум MPAMB-UE 1310 Village Records моделює діяльність реального лейблу та охоплює повний цикл роботи з випуском музики. Завдання з MPAMB-UE 200 Concert Management відтворюють реальні процеси організації подій і вимагають прийняття рішень у відкритих ситуаціях. Аналітичні роботи в MPAMB-UE 101 Data Analysis in the Music Industry формують компетентність через роботу з реальними даними, а підприємницькі проєкти в MPAMB-UE 108 Entrepreneurship for the Music Industry реалізують студійну логіку ревізії та майстерності. Нарешті, обов'язкові MPAMB-UE 1320 Internship in Music Business забезпечують автентичні докази професійної діяльності у реальному середовищі. Таким чином, студійні та проєктні компоненти програми Steinhardt формують навчання як процес професійного становлення, у якому студент діє, мислить і комунікує як учасник музичної індустрії.

Слід відзначити, що студійні курси побудовані за логікою студійного навчання вимагають від студентів не лише створення фінального продукту, а й фіксування повних кроків прийнятих рішень від технічних налаштувань і організації сесій до юридичних, менеджерських і маркетингових аспектів. У контексті програм типу «Music Business» це означає, що студійна модель стає не просто формою практики, а механізмом формування професійної ідентичності, в якій студент навчається діяти, мислити й комунікувати як учасник музичної індустрії, а не як абстрактний учень. Тому наступним логічним кроком для засвоєння навичок навчального змісту і формування практичних методів не лише з академічних концептів, а й конкретних індустріальних автентичних результатів діяльності, важливо долучати студента до реального світу, де він саме і відчує себе учасником музичної індустрії.

Так, наприклад, Міжнародна федерація фонографічної індустрії (International Federation of the Phonographic Industry, IFPI) у своїх Глобальних музичних звітах (Global Music Report) постачає детальні ринкові дані й аналітику, які використовуються як первинна емпірична база для модулів з ринкової аналітики та стратегій випуску пісень. Такі звіти є найбільшими у світі дослідженнями музичної поведінки та містять багаторічні таблиці, регіональні розрізи і кейси, що дозволяють студентам працювати з реальними метриками доходів і споживання. Так наприклад у документі Взаємодія з музикою (Engaging with Music) 2023 прямо зазначено, що це «найбільше дослідження такого роду. Унікальний зріз того, як шанувальники з усього світу – понад 43 000 осіб у 26 країнах – знаходять, слухають та взаємодіють із музикою, яка є невід'ємною частиною їхнього життя» (IFPI, 2023). Така масштабність і репрезентативність робить звіт не просто інформаційним ресурсом, а емпіричною основою для курсів з аудиторної аналітики, маркетингу та стратегічного планування випуску пісні, оскільки студенти працюють із реальними даними про споживання, жанрові вподобання, поведінкові зразки та регіональні відмінності.

Методологічна частина звіту IFPI підсилює його академічну вагу: дослідження охоплює «понад 43 000 інтернет-користувачі ... із стандартною похибкою від +/-1,55 % до +/-2,95 % при рівні достовірності 95 %» (IFPI, 2023). Для освітніх програм це означає, що студенти працюють не з умовними прикладами, а з даними, які відповідають науковим критеріям надійності. У студійній моделі такі матеріали стають основою для практичних завдань: аналізу ринку,

побудови портретів аудиторії, розробки стратегій випуску музики та оцінювання ризиків (наприклад, піратства, яке IFPI фіксує як «29% використовують незаконні або неліцензійні способи для прослуховування чи отримання музики») (IFPI, 2023).

Важливою інституційною ланкою, що забезпечує інтеграцію професійних практик у навчальний процес є Асоціація музичного бізнесу (Music Business Association, MusicBiz). На відміну від багатьох галузевих організацій, MusicBiz не лише представляє індустрію, а й системно працює з університетами, створюючи умови для прямої взаємодії студентів із професійним середовищем. Це підтверджує матеріал «Music Connection Magazine», де детально описано Програму академічного партнерства (Academic Partnership Program), що є офіційною освітньою ініціативою MusicBiz. У статті зазначено, що програма «надає підтримку та ексклюзивні можливості – зокрема, повне членство в Music Biz – навчальним закладам, викладачам та студентам, які пов'язані з програмами у сфері музичного бізнесу, технологій або розважального права» (Music Connection, 2016). Така модель співпраці означає, що університети отримують не символічний статус, а повноцінний доступ до індустріальних ресурсів, включно з членством, матеріалами, подіями та професійними мережами.

Особливо показовим є масштаб залучення студентів до подій індустрії. У публікації Music Connection наголошено, що «школи, що беруть участь у Програмі академічного партнерства, привезли до Нешвіла близько 170 студентів та викладачів для участі у конференції Music Biz 2016, що стало рекордною кількістю учасників з академічних кіл за всю історію існування організації» (Music Connection, 2016). Така подія не просто академічна теорія, а справжнє долучення студентів до реальних бізнес-процесів, де вони взаємодіють із музичними платформами, лейблами, маркетинговими командами та беруть участь у практичних активностях. Це повністю відповідає принципам студійної освіти, де навчання відбувається через реальні кейси, публічні презентації та відгук від практиків.

Крім того, MusicBiz створює умови для професійного зростання студентів через спеціальні події. У статті підкреслено, що під час конференції відбувся перший в історії День кар'єри, що також познайомив студентів із компаніями, які пропонують стажування та вакансії й допоміг налагодити зв'язки у галузі. Це означає, що MusicBiz

не лише інформує, а й забезпечує прямий доступ до ринку праці, що є одним із ключових критеріїв ефективності студійної моделі.

Не менш важливою є освітня складова програми. Як зазначено, студенти, що приймали участь отримали «безкоштовний доступ до серії вебінарів «Common Ground», де вони ознайомилися з новітніми дослідженнями та аналітикою музичної індустрії від партнера Music Biz з обробки даних – компанії LOOP (Lots of Online People)» (Music Connection, 2016). Крім того, їм демонстрували продукти від таких провідних компаній, як Dropbox та надали повністю безкоштовний доступ до колекції Music Biz, що містить стандартні для галузі посібники зі стилю, аналітичні звіти та інфографіку, які охоплюють процедури від ліцензування музики до коректного введення метаданих. Це підтверджує, що MusicBiz постачає університетам актуальні індустріальні матеріали, включно з методичними документами процесів індустрії – саме ті ресурси, які формують професійні компетенції у сфері музичного бізнесу.

Отже, ми бачимо як MusicBiz виступає інституційним мостом між освітою та індустрією, забезпечуючи студентам доступ до реальних практик, професійних зв'язків, індустріальних стандартів і можливостей працевлаштування. Для студійної моделі це є ключовим доказом її валідності, оскільки навчання відбувається не у відриві від ринку, а в прямій взаємодії та практиці з ним, що підтверджено документально.

Узагальнюючи, студійна модель у музичній освіті отримує свою переконливість завдяки поєднанню двох взаємодоповнювальних рівнів. Звіти IFPI, що забезпечують емпіричне обґрунтування, надають науково якісні дані про глобальні тенденції музичного споживання та поведінку аудиторії. Робота студентів із такими джерелами гарантує, що зміст навчання спирається на реальні ринкові процеси, а не на абстрактні моделі. Інституційне обґрунтування підтверджує діяльність MusicBiz, що інтегрує освітній процес у реальне індустріальне середовище через програми академічного партнерства, що дає можливість участі студентам у конференціях, доступу до професійних матеріалів та кар'єрних можливостей.

Разом ці два виміри, емпіричний (IFPI) та інституційний (MusicBiz), забезпечують цілісну демонстрацію студійної моделі. Зміст навчання походить із достовірних індустріальних джерел, методи ґрунтуються на реальних практиках, а результати можуть бути співвіднесені з професійними стандартами та очікуваннями ринку. Для студійного

навчання це означає, що така програма є не теоретичною конструкцією, а відтворюваною, релевантною та індустріально обґрунтованою освітньою системою, яка готує студентів до реальної професійної діяльності.

Узагальнюючи, студійні, проєктні та індустріально орієнтовані формати, що реалізуються у програмах Коледжу музики Берклі та Школі Стайнґардт Нью-Йоркського університету, формують цілісну педагогічну екосистему, яка одночасно відповідає логіці проєктного навчання і студійного навчання та повністю узгоджується з акредитаційними вимогами NASM і AACSB. Ці формати забезпечують формування саме тих компетентностей, які NASM визначає як необхідні для професійної діяльності у сфері музичного бізнесу – розуміння структури індустрії, маркетингу й промоції, авторського та суміжного права, менеджменту артистів, організації подій та продюсування.

У цьому контексті студійне навчання постає як поглиблення й конкретизація проєктного навчання у креативних і музичних спеціальностях. Якщо проєктне навчання задає рамку автентичного проєкту, що відповідає за випуск музики, маркетингову кампанію, події, то студійне навчання модель забезпечує ритм і культуру професійної роботи, включаючи регулярні сесії, ревізію проміжних результатів, майстерність виконання, публічність процесу, фідбек від практиків і документування кожного етапу. У поєднанні з компетентнісно-орієнтованою освітою (CBE), що є ще одним важливим напрямом освіти, студія перетворює кожен цикл роботи не на теоретичний шкільний урок, а на автентичний доказ навчальних досягнень, зафіксований у професійних продуктах, що можуть бути оцінені як з академічної, так і з індустріальної перспективи.

Ширший контекст креативних індустрій підтверджує цю тенденцію. Зокрема, ACEJMC, що є акредитаційним органом для програм з медіа та комунікацій, сфер, що безпосередньо перетинаються з музичною індустрією у питаннях контенту, маркетингу та роботи з аудиторіями, також вимагає інтеграції теорії та практики, опанування цифрових і технологічних компетентностей й інших професійних навичок. Це демонструє, що студійні та проєктні формати не є локальною особливістю окремих музичних шкіл, а є частиною ширшої освітньої логіки креативних індустрій.

Висновки. У підсумку, проєктне навчання та студійне навчання у програмах музичного бізнесу США працюють як взаємодоповнюючі елементи єдиної моделі професійної підготовки. Проєктне навчання

забезпечує зв'язок із реальними індустріальними завданнями, а студійне навчання щоденну практику, культуру критики й професійну дисципліну. Разом вони дозволяють студентам не лише опанувати технічні й бізнес-знання, а й сформувати портфоліо з реальними ринковими продуктами, що відповідають вимогам акредитаційних органів та очікуванням сучасної музичної індустрії.

Американська модель підготовки фахівців музичного бізнесу ґрунтується на трьох взаємопов'язаних принципах: компетентнісно орієнтованій освіті, проєктному та студійному навчанні, що формують цілісну педагогічну екосистему. Порівняння з українським контекстом засвідчує наявність суміжних акредитованих програм, але відсутність цілісної бакалаврської програми «Музичний бізнес», що ускладнює формування індустріально релевантних компетентностей.

Практична значущість дослідження полягає у можливості використання виявлених механізмів проєктного та студійного навчання для модернізації національних освітніх програм, зокрема через інтеграцію автентичних проєктів, студійних форматів і портфоліо-орієнтованого оцінювання.

Подальші дослідження можуть бути спрямовані на апробацію запропонованої моделі в українських закладах освіти, аналіз інфраструктурних умов та вивчення впливу студійно-проєктних практик на професійне становлення випускників.

ЛІТЕРАТУРА

- Accrediting Council on Education in Journalism and Mass Communications (ACEJMC). (2025–2026). *ACEJMC Handbook*. Retrieved from: [https://cdn.prod.website-files.com/64c43f66ba9c9471e8925786/6966cdbe52e4f5ed625fd5bd_2025-26%20ACEJMC%20Handbook%20\(1\).pdf](https://cdn.prod.website-files.com/64c43f66ba9c9471e8925786/6966cdbe52e4f5ed625fd5bd_2025-26%20ACEJMC%20Handbook%20(1).pdf)
- Berklee College of Music. Music Business/Management Program. Retrieved from: <https://college.berklee.edu/music-business-management/bachelor-of-music-in-music-business-management>
- Brandt, C., Cennamo, K., Douglas, S., Vernon, M., McGrath, M., & Reimer, Y. (2011). A theoretical framework for the studio as a learning environment. *International Journal of Technology and Design Education*, 23(2), 329–348.
- Competency-Based Education Network 2018, Quality framework for competency-based education programs. Retrieved from: <https://www.c-ben.org/wp-content/uploads/2018/09/Quality-Framework-e-Book-Sept-2018.pdf>
- IFPI Engaging with Music 2023. Retrieved from: https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2023/12/IFPI-Engaging-With-Music-2023_full-report.pdf
- Music Connection. <https://www.musicconnection.com/music-biz-colleges-academic-program/>

- National Association of Schools of Music (NASM). (2025–2026). *NASM Handbook*. Retrieved from: <https://nasm.arts-accredit.org/wp-content/uploads/sites/2/2026/02/M-2025-26-Handbook-Final-02-24-2026.pdf>
- NYU Steinhardt School of Culture, Education, and Human Development. Music Business Program. Retrieved from: <https://steinhardt.nyu.edu/degree/bm-music-business>
- Schön, D. A. (1983). *The reflective practitioner: How professionals think in action*. New York: Basic Books.
- Thomas, J. W. (2000). *A review of research on project-based learning*. San Rafael, CA: Autodesk Foundation. Retrieved from: <https://www.asec.purdue.edu/lct/HBCU/documents/AReviewofResearchofProject-BasedLearning.pdf>

SUMMARY

Ilkaiev Oleksandr. Preparation of Bachelors in Music Business Educational Programs at Berklee College of Music and NYU Steinhardt with Integration of Project-Studio Practices.

The article analyzes bachelor's degree training models in the Music Business programs through the examples of Berklee College of Music and the NYU Steinhardt School of Culture, Education, and Human Development. The study identifies the key mechanisms of project- and studio-based learning, including authentic projects, studio sessions, and industry partnerships. It was found that Ukraine currently lacks a comprehensive bachelor's degree program in Music Business, while existing educational programs address this field only partially. A conceptual model for the training of music business professionals is proposed, incorporating a competency-based approach, interdisciplinary integration, portfolio assessment, and collaboration with industry stakeholders. The practical significance of the study lies in providing recommendations for the development and modernization of educational programs in the field of Music Business in Ukraine.

Key words: Music Business, project-based learning, studio-based learning, educational programs, industry partnerships, competency-based approach, bachelor's degree training.