

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ**  
**КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ**  
**МИХАИЛА МАТУСОВСКОГО»**

Кафедра межкультурной коммуникации и иностранных языков

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ПРОДЮСИРОВАНИЕ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ**

*Уровень высшего образования* – бакалавриат  
*Направление подготовки* 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки  
*Профиль* Арт-продюсирование и межкультурная коммуникация  
*Форма обучения* – очная, заочная  
*Год набора* – 2024 г.

Луганск 2024

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ОПОП и ФГОС ВО направления подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8.06.2017 № 532

Программу разработал \_\_\_\_\_ А.С. Леоненко, кандидат филологических наук, доцент кафедры межкультурной коммуникации и иностранных языков

Рассмотрено на заседании кафедры межкультурной коммуникации и иностранных языков (Академия Матусовского)

Протокол № 1 от 28. 08. 2024 г.  
Зав. кафедрой

С. В. Чевычалова

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Продюсирование в сфере культуры и искусств» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений и адресована студентам 2,3, 4 курсов бакалавриата (3-7 семестры) очной формы и студентам 2,3,4,5 курсов бакалавриата (3-9 семестры) заочной формы обучения направления подготовки 50.03.01 – Искусства и гуманитарные науки, профиль «Арт-продюсирование и межкультурная коммуникация» Академии Матусовского. Дисциплина реализуется кафедрой межкультурной коммуникации и иностранных языков.

Дисциплина имеет предшествующие логические и содержательно-методические связи с широким спектром дисциплин социально-культурного и экономического направлений. Актуальность дисциплины «Продюсирование в сфере культуры и искусств» связана с повышенным интересом, что обусловлено прежде всего потребностью медиакомпаний в создании материалов/контента, способных приносить прибыль и обеспечивать конкурентную привлекательность, в частности телеканалов. Именно продюсеры как специалисты эпохи рыночной экономики могут решить одну из основных задач медиапредприятий – повысить их монетизацию. Обращение к истории продюсирования, имеющего более чем вековое развитие, позволяет понять сущностные основы и механизмы профессиональной деятельности, изучить продуктивный опыт предшественников, узнать противоречия и трудности, с которыми сталкивались первые предприниматели от массмедиа. Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов и консультации и курсовой проект.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме:

устная (устный опрос, защита письменной работы, доклад по результатам самостоятельной работы и т. п.);

письменная (письменный опрос, выполнение практических заданий и т. д.).

И итоговый контроль в форме зачета с оценкой (4, 6 семестры), экзамена (7 семестр) и курсового проекта (5 семестр) для очной формы обучения;

зачета с оценкой (4,6 семестры), экзамена (7, 9 семестр) и курсового проекта (5 семестр) для заочной формы обучения.

**Общая трудоемкость освоения дисциплины** составляет 12 з. е., 432 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия - 100 ч. для очной и 32 ч. для заочной формы обучения, практические занятия - 138 ч. для очной и 32 ч. для заочной формы обучения и самостоятельная работа студента - 131 ч. для очной и 358 для заочной формы обучения. Контроль - 63 ч. для очной формы и 10 ч. для заочной формы обучения.

## 2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель преподавания дисциплины:** «Продюсирование в сфере культуры и искусств» является изучение специфики продюсирования на телевидении, формирование представлений об организации работы студии продакшн в регионе, освоение творческих и технологических основ создания телепроектов, разработки стратегий продаж аудиовизуального контента и возмещения затрат.

**Задачи дисциплины:**

- изучить практику продюсерской деятельности на основе опыта отечественного и зарубежного продюсирования в кино и на телевидении;
- освоить специфику работы продюсера проектов в области художественного вещания в структуре студии продакшн;
- изучить вопросы авторского права и освоить специфику организацию продвижения проектов разных форматов;

- развивать способности организации концертной и гастрольной деятельности;
- совершенствовать профессионально значимые личностные качества продюсера в сфере культуры и искусств.

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Курс входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений подготовки студентов по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки.

Основывается на базе дисциплин: «История России», «Введение в специальность», «Основы продюсирования», «Основы социально-культурной деятельности», «Иностранный язык (Практический курс английского языка)».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Коммуникативные стратегии продюсирования», «Текстология произведений англоязычных стран», что позволяет связать его с изучением иностранных языков, арт-менеджмента и продюсирования в целом. В программе учтены межпредметные связи.

### 4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО направления подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки: ПК-6

#### Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы
ПК-6	Способен координировать и контролировать производственные процессы для организации продвижения культурного продукта	<p><b>знать:</b> основные этапы создания культурного проекта; основные направления в производственных процессах в современном культурном пространстве; особенности координации и контроля производственных процессов в продюсерской сфере;</p> <p><b>уметь:</b> ориентироваться в организации продвижения культурного продукта; применять отечественный и зарубежный опыт продюсирования.</p> <p><b>владеть:</b> технологиями координации и контроля продюсерских проектов; подходом грамотно применять профессиональные идеи;</p>

## 5 СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия разделов и тем	Количество часов									
	очная форма					заочная форма				
	Всего	в том числе			Контроль	всего	в том числе			Контроль
Л		Пр	с.р.	Л			Пр	с.р.		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>Раздел 1 (семестр 3)</b>										
Тема 1. Введение в дисциплину	28	8	8	12	-	23	1	2	20	-
Тема 2. Творческие и организационные аспекты продюсерства	26	6	8	12	-	31	1	2	28	-
<b>Всего часов по разделу</b>	<b>54</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>-</b>	<b>54</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>48</b>	<b>-</b>
<b>Раздел 2 (семестр 4)</b>										
Тема 3. Социокультурные концепции управления в арт-индустрии	50	10	20	20	-	22	-	2	20	-
Тема 4. Финансирование продюсерских проектов.	40	10	20	10	-	32	2	2	28	-
<b>Всего часов по разделу</b>	<b>90</b>	<b>20</b>	<b>40</b>	<b>30</b>	<b>-</b>	<b>54</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>48</b>	<b>-</b>
<b>Раздел 3 (семестр 5)</b>										
Тема 5. Организация концертной и гастрольной деятельности	52	8	10	16	18	25	2	2	20	1
Тема 6. Организация продвижения в сфере массовой информации	38	6	6	8	18	29	4	2	22	1
<b>Всего часов по разделу</b>	<b>90</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>36</b>	<b>54</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>42</b>	<b>2</b>
<b>Раздел 4 (семестр 6)</b>										
Тема 7. Разработка бренда		20	20	20	-	26	4	2	20	-
Тема 8. Технология продвижения арт-продукта		16	16	16	-	28	4	4	20	-
<b>Всего часов по разделу</b>	<b>108</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>-</b>	<b>54</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>40</b>	<b>-</b>
<b>Раздел 5 (семестр 7)</b>										
Тема 9. Авторское право		4	8	6	8	26	2	2	20	2

Тема 10. Проектный арт-менеджмент		4	8	4	8	28	2	2	22	2
Тема 11. Создание коммерческих фирм в сфере культуры и искусств		4	8	4	4	-	-	-	-	-
Тема 12. Особенности реализации культуротворческого локального проекта		4	6	3	7	-	-	-	-	-
<b>Всего часов по разделу</b>	<b>90</b>	<b>16</b>	<b>30</b>	<b>17</b>	<b>27</b>	<b>54</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>42</b>	<b>4</b>
<b>Раздел 6 (семестр 8)</b>										
Тема 11. Создание коммерческих фирм в сфере культуры и искусств		-	-	-	-	54	4	4	46	-
<b>Всего часов по разделу</b>		-	-	-	-	<b>54</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>46</b>	-
<b>Раздел 7 (семестр 9)</b>										
Тема 12. Особенности реализации культуротворческого локального проекта		-	-	-	-	108	6	6	92	4
<b>Всего часов по разделу</b>		-	-	-	-	<b>108</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>92</b>	<b>4</b>
<b>ВСЕГО часов по дисциплине</b>	<b>432</b>	<b>100</b>	<b>138</b>	<b>131</b>	<b>63</b>	<b>432</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>350</b>	<b>10</b>

## 6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 ЛЕКЦИОННЫЙ МАТЕРИАЛ

#### 3 СЕМЕСТР

##### **Тема 1. Введение в дисциплину.**

Данная тема является вводной, поскольку с ее помощью студенты знакомятся с целями и задачами данного курса, с значением данной дисциплины для их дальнейшего профессионального роста. Продюсерство как форма соединения культуротворческого продукта и потребителя. Продюсерство как основа экономически грамотного подхода в создании и продвижении культуротворческих проектов. Основные задачи и содержание продюсерской деятельности. Исторические предпосылки возникновения и развития продюсерской деятельности. Специфика современной культуротворческой деятельности. Особенности продюсирования социально-культурных проектов.

Литература [1]

##### **Тема 2. Творческие и организационные аспекты продюсерства**

Профессия продюсер: мастерство современного продюсера. Основные виды, типы и методы продюсирования. Роль продюсера в управлении проектом, его основные задачи. Функции продюсера социально-культурного проекта: творческо-режиссерская, финансово-экономическая, организационно-предпринимательская. Значение и

содержание деятельности продюсера на предварительном этапе проекта. Постановка целей. Управление эффективностью деятельности. Требования, предъявляемые современному продюсеру. Взаимосвязь личностных качеств и деятельности продюсера. Лидерство в деятельности продюсера. Теории и модели лидерства. Креативные технологии в деятельности продюсера. Неудачные проекты в деятельности продюсера.

Литература [1]

#### 4 СЕМЕСТР

##### **Тема 3. Социокультурные концепции управления в арт-индустрии**

Становление общей теории менеджмента. Содержание социокультурной парадигмы современного менеджмента. Открытые и закрытые управленческие системы. Организация нового типа – обучающаяся организация. Элементы содержания управленческой парадигмы. Особенности поведенческого менеджмента и менеджмента обучения.

Литература [1]

##### **Тема 4. Финансирование продюсерских проектов.**

Менеджмент и организация благотворительной деятельности в сфере культуры и искусства. Благотворительные общества и фонды, цели их создания. Модели функционирования благотворительных организаций. Примеры деятельности благотворительных организаций. Модели функционирования благотворительных организаций. Приоритетные направления деятельности зарубежных фондов в России.

Литература [1]

#### 5 СЕМЕСТР

##### **Тема 5. Организация концертной и гастрольной деятельности**

Данная тема является важной в рамках данного курса. Исследование этого феномена дает богатый материал для анализа плюсов и минусов общего состояния культуры общества, эстетического воспитания, процессов коммерциализации искусства и т.д. Именно в концертном деле находят конкретное отражение важнейшие нынешние социокультурные проблемы массовой культуры, молодежной субкультуры, доступности подлинной культуры широким группам населения, уровня профессионализма в искусстве, востребованности таланта - вопросы, определяющие генеральные направления культурной политики, охватывающие все сферы бытия, начиная от средств массовой коммуникации, рекламы и одежды и заканчивая психологическим типом личности.

Литература [1]

##### **Тема 6. Организация продвижения в сфере массовой информации**

Роль средств массовой информации (СМИ) в современном обществе. Индустрия СМИ и ее основные сегменты. Типология СМИ. СМИ как информационное и коммуникационное пространство рыночной экономики. Роль СМИ в продвижения социально-культурных проектов. Теории массовой коммуникации. Менеджмент новостей и искусство создания новостей. Общая схема управления информацией для СМИ. Формирование и сегментация информационного потока. Формирование информационного партнерства. Организация взаимодействия со СМИ. Приемы связи со средствами массовой информации.

Литература [1]

#### 6 СЕМЕСТР

##### **Тема 7 Разработка бренда**

Понятия «имидж», «бренд» и «брендинг». Роль имиджирования и брендинга в

продвижении социально-культурного проекта. Имидж проекта и его участников: основные составляющие. Технология создания имиджа. Разработка концепции бренда. Разработка характеристик и атрибутов бренда. Создание имени бренда. Разработка концепции позиционирования бренда. Взаимосвязь имиджа и бренда, бренд как система имиджей. Имидж и репутация в брендинге. Динамичность, как свойство имиджа и бренда. Изменение имиджа и ребрендинг.

Литература [1]

### **Тема 8. Технология продвижения арт-продукта**

Маркетинг как «философия» производства. Потребительский спрос. Функции маркетинга. Задачи рынка. Товарная политика. Ценовая политика. Сбытовая политика. Коммуникационная политика. Стратегии сегментации рынка. Фактор «природа услуги». Критерии качества услуг. Потребности и мотивы. Рекламная кампания. Основные виды маркетинговой деятельности в арт-менеджменте. Стратегии сегментации потребителей на рынке шоу-бизнеса. Факторы, обуславливающие качество культурных услуг.

Литература [1]

## 7 СЕМЕСТР

### **Тема 9 Авторское право**

Понятие авторского и смежного права. Ответственность за нарушение авторских и смежных прав. Роль авторских и смежных прав в деятельности по производству и реализации творческих проектов. Допустимое свободное использование авторского произведения в продюсерском проекте. Договор о предоставлении права использования произведения. Защита авторских и смежных прав как составляющая деятельности продюсера социально-культурного проекта. Способы защиты авторских прав.

Литература [1]

### **Тема 10 Проектный арт менеджмент**

Арт-проект как самостоятельное направление деятельности. Арт-проект как некий творческий замысел, выраженный в определенной форме. Социально-культурная программа и творческий проект, их характеристика и различия. Виды проектных решений. Методы проектной деятельности. Этапы проектирования. Замысел. Постановка проблемы. Идея. Тема. Сюжет. Конфликт. Композиция. Зримый образ. Формы записи проектного замысла. Проектный менеджмент. Понятие «проектный менеджмент», его черты. Принципы работы проектного менеджмента по типу театральных проектов на Бродвее. «Организационный способ существования культуры», его проблемы, преимущества, негативные черты. Проекты, осуществляющиеся в рамках репертуарного театра. Гранты (финансовая поддержка проекта), основные разделы заявки на получение. Этапы организации и проведения гастролей

Литература [1]

### **Тема 11 Создание коммерческих фирм в сфере культуры и искусств**

Коммерческие и некоммерческие организации в сфере культуры и искусства. Порядок открытия коммерческой фирмы в сфере культуры, необходимые документы. Бизнес-план, его разделы и их содержание. Структурные модели коммерческих фирм в сфере культуры. Характеристика элементов управленческих технологий коммерческих фирм в сфере культуры. Понятия «конкуренция», «коммерческая тайна», их роль и значение в ведении бизнеса в сфере культуры и искусства.

Литература [1]



## **Тема 12 Особенности реализации культуротворческого локального проекта**

Алгоритм эффективного события. Кадровая политика. Особенности рекламного продвижения. Взаимодействие со СМИ. Информационное обеспечение специального события. Звуковое оформление. Райдер: световой, технический, бытовой. Event-менеджмент и развитие социального партнерства. Презентация как акция социального партнерства. Политическое социальное партнерство. Специальные события в менеджменте СМИ. Специальные события как технология продвижения коммерческих радиостанций. Особенности управления международными проектами в сфере культуры и искусства. PR и маркетинг для международных проектов. Фандрейзинг и спонсорство. Оценка эффективности специальных событий

Литература [1]

## **8 СЕМЕСТР (ЗФО)**

### **Тема 12 Создание коммерческих фирм в сфере культуры и искусств**

Коммерческие и некоммерческие организации в сфере культуры и искусства. Порядок открытия коммерческой фирмы в сфере культуры, необходимые документы. Бизнес-план, его разделы и их содержание. Структурные модели коммерческих фирм в сфере культуры. Характеристика элементов управленческих технологий коммерческих фирм в сфере культуры. Понятия «конкуренция», «коммерческая тайна», их роль и значение в ведении бизнеса в сфере культуры и искусства.

Литература [1]

## **9 СЕМЕСТР (ЗФО)**

### **Тема 13 Особенности реализации культуротворческого локального проекта**

Алгоритм эффективного события. Кадровая политика. Особенности рекламного продвижения. Взаимодействие со СМИ. Информационное обеспечение специального события. Звуковое оформление. Райдер: световой, технический, бытовой. Event-менеджмент и развитие социального партнерства. Презентация как акция социального партнерства. Политическое социальное партнерство. Специальные события в менеджменте СМИ. Специальные события как технология продвижения коммерческих радиостанций. Особенности управления международными проектами в сфере культуры и искусства. PR и маркетинг для международных проектов. Фандрейзинг и спонсорство. Оценка эффективности специальных событий

Литература [1]

## **6.2 ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ**

### **РАЗДЕЛ 1 (3 семестр)**

#### **Тема 1. Введение в дисциплину.**

##### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1-2**

Вопросы для обсуждения с выступлениями-презентациями.

Роль продюсерской деятельности в сфере культуры и искусства.

1. Основные предпосылки и причины возникновения продюсерской деятельности.
2. Специфика современной культуротворческой деятельности.
3. Особенности продюсирования социально-культурных проектов.

*Литература [1, 2, 5]*

##### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 3-4**

Вопросы для обсуждения с выступлениями-презентациями:

1. Составляющие продюсерской деятельности.
2. Продюсерство как форма соединения творчества и потребителя.
3. Продюсерство как основа эффективной культуротворческой деятельности.
4. Обоснование проекта.
5. Цели и задачи проекта, постановка цели.
6. Целевая и ключевая аудитория проекта.
7. Критерии успешности проекта.

*Литература [1, 2, 5]*

## **Тема 2. Творческие и организационные аспекты продюсерства**

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1-2**

Вопросы для обсуждения с выступлениями-презентациями.

1. Составляющие продюсерской деятельности.
2. Продюсерство как форма соединения творчества и потребителя.
3. Продюсерство как основа эффективной культуротворческой деятельности.

*Литература [1, 2]*

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 3-4**

Вопросы для обсуждения с выступлениями-презентациями:

1. Обоснование проекта.
2. Цели и задачи проекта, постановка цели.
3. Целевая и ключевая аудитория проекта.
4. Критерии успешности проекта.

*Литература [1, 2, 5]*

## **РАЗДЕЛ 2 (4 семестр)**

### **Тема 3. Социокультурные концепции управления в арт-индустрии**

#### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1-3**

Вопросы для обсуждения:

1. Организационно-управленческие технологии в арт-индустрии.
2. Понятие «организационно-управленческие технологии» в арт-индустрии.
3. Основные задачи процесса организации деятельности.

*Литература [1, 2, 5]*

#### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 4-7**

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности и принципы социально-культурной деятельности в организации как в технологическом процессе.
2. Системный подход к решению поставленных задач.
3. Этапы управленческой деятельности над арт-проектом.
4. «Организационно-корпоративная культура», её функция в рекламе фирмы и осуществлении проекта. Основные формы работы с финансовыми донорами.

*Литература [1, 2]*

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 8-10

Вопросы для обсуждения:

1. Арт-продюсер как представитель особой интеллектуальной профессии.
2. Основные функции арт-продюсера. Виды деятельности арт-продюсера как управленца.
3. Особенности и специфика профессионального положения арт-продюсера как субъекта этого процесса.
4. Мотивационная сфера личности арт-продюсера: содержание и структура

*Литература [1, 2, 5]*

### **Тема 4. Финансирование продюсерских проектов.**

#### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1-3

Вопросы для обсуждения:

1. Проблемы финансирования продюсерских проектов.
  2. Проблемы предпринимательской деятельности в продюсерском проекте.
  3. Возможности альтернативного финансирования социально-культурных проектов.
- Задание подготовить презентацию на следующие темы:

*Литература [1, 2, 6]*

#### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 4-7

Вопросы для обсуждения:

1. Принципы Бернской конвенции об охране литературных и художественных произведений.
2. Объекты авторских прав и исключения из них. Случаи свободного использования произведения.
3. Смежные права. Авторский договор.
4. Основные законы РФ, охраняющие авторские и смежные права.
5. Контрафактная продукция

*Литература [1, 2]*

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 8-10

Вопросы для обсуждения:

1. Основные законы РФ, охраняющие авторские и смежные права.
2. Благотворительные общества и фонды, цели их создания.
3. Модели функционирования благотворительных организаций.
4. Примеры деятельности благотворительных организаций.
5. Модели функционирования благотворительных организаций.
6. Приоритетные направления деятельности зарубежных фондов в России

*Литература [1, 2]*

## РАЗДЕЛ 3 (5 семестр)

### **Тема 5. Организация концертной и гастрольной деятельности**

#### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1-2

Выступления-презентации на тему «Организация концертной и гастрольной деятельности».

Вопросы для обсуждения:

1. Значение концертной и гастрольной деятельности в социально-культурной сфере.
2. Проблемы в организации зрелищных мероприятий, основные причины «провалов» и срывов.

*Литература [1, 2, 8]*

#### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 3-5

Вопросы для обсуждения:

1. Организационные аспекты концертной и гастрольной деятельности: предварительный маркетинг, расчет рентабельности, спонсоры, продажа билетов, определение суммы гонорара, переговоры и подписание контракта, технический и бытовой райдеры, рекламное обеспечение, PR.
2. Выбор и оборудование концертной площадки.
3. Проблемы развития концертной и гастрольной деятельности в России.

*Литература [1, 2]*

#### **Тема 6. Организация продвижения в сфере массовой информации**

##### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1-2

Выступления-презентации на тему «Инструментарий технологии продвижения продюсерских проектов».

Вопросы для обсуждения:

1. Роль продвижения в социально-культурной деятельности.
2. Особенности продвижения в социально-культурной сфере: позитивные и негативные аспекты.

*Литература [1, 2, 8]*

##### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 3

Выступления-презентации на тему «Возможности использования современных инструментов продвижения в социально-культурной сфере»

Вопросы для обсуждения:

1. Организация взаимодействия со СМИ.
2. Приемы связи со средствами массовой информации.
3. Пресс-служба и пресс-секретарь: назначение деятельности.
4. Право и этика в работе пресс-службы и пресс-секретаря.

*Литература [1, 2]*

#### РАЗДЕЛ 4 (6 семестр)

#### **Тема 7 Разработка бренда**

##### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1-3

Вопросы для обсуждения:

1. Разработка концепции имиджа проекта.
2. Составляющие технологии имиджирования.
3. Создание персонального бренда.

*Литература [1, 2]*

### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 4-7

Выступления-презентации на тему «Имиджирование и брендинг составляющие продюсерской деятельности».

*Литература [1, 2]*

### Тема 8. Технология продвижения арт-продукта

#### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1-2

Вопросы для обсуждения:

1. Маркетинг как «философия» производства.
2. Потребительский спрос.
3. Функции маркетинга.

*Литература [1, 2]*

#### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 3-4

Вопросы для обсуждения:

1. Товарная политика.
2. Ценовая политика.
3. Сбытовая политика.
4. Коммуникационная политика.

*Литература [1, 2]*

#### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 5-8

1. Фактор «природа услуги».
2. Критерии качества услуг.
3. Потребности и мотивы.
4. Рекламная кампания.
5. Формирование ценностей.
6. Средства убеждения.
7. Концепции и шаги «PR-кампании».
8. Методы воздействия на потребителя.
9. Типичные цели рекламы в арт-индустрии.

*Литература [1, 2]*

### РАЗДЕЛ 5 (7 семестр)

#### Тема 9 Авторское право

#### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1-4

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие авторского и смежного права.
2. Ответственность за нарушение авторских и смежных прав.
3. Роль авторских и смежных прав в деятельности по производству и реализации творческих проектов.

*Литература [1, 2, 8]*

#### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 5-8

Презентации на тему «Нарушение и защита авторских прав».

Вопросы для обсуждения:

1. Авторское право в деятельности продюсера.
2. Нарушения авторских прав в продюсерских проектах.
3. Способы защиты авторских прав.
4. Проблемы защиты авторских прав.

*Литература [1, 2]*

## **Тема 10 Проектный арт менеджмент**

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1-3**

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие «организационно-управленческие технологии» в арт-индустрии.
2. Основные задачи процесса организации деятельности.
3. Системный подход к решению поставленных задач.
4. Этапы управленческой деятельности над арт-проектом.
5. Основные формы работы с финансовыми донорами

*Практическое задание:*

Учащиеся делятся на 3-4 группы и составляют бизнес-план культурного учреждения (существующего или выдуманного), либо арт-проекта (существующего или выдуманного). Представляют свои бизнес-планы группе и преподавателю

*Литература [1, 2]*

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 4-7**

Вопросы для обсуждения:

1. Технологии PR и реклама в арт-менеджменте.
2. Идеология. Формирование ценностей.
3. Средства убеждения. Этапы «PR-кампании».
4. Концепции и шаги «PR-кампании».
5. Методы воздействия на потребителя.
6. Типы индивидуального восприятия информации.
7. Приемы мифологизации в практике.
8. Брэнд-имидж.
9. «Информация для всех». «Желтая» пресса.
10. Типичные цели рекламы в арт-индустрии.
11. Виды рекламы
12. . Эффективное общение

*Практическое задание:*

Анализ похожего арт-проекта в российской или мировой практике и разработка собственного арт-проекта, который включает:

обоснование выбора темы, актуальность темы, цель, задачи, целевую аудиторию, рекламную кампанию, медиаплан, схему проведения мероприятия, штат сотрудников, календарный план реализации проекта, смету, спонсорский пакет, сценарии открытия и закрытия, ожидаемые результаты и прогноз развития проекта. Форма представления – устная защита проекта.

*Литература [1, 2, 8]*

### **РАЗДЕЛ 6 (8 семестр) (ЗФО)**

#### **Тема 11 Создание коммерческих фирм в сфере культуры и искусств**

##### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1-2**

Вопросы для обсуждения:

1. Становление общей теории менеджмента.
2. Содержание социокультурной парадигмы современного менеджмента.
3. Открытые и закрытые управленческие системы.
4. Организация нового типа – обучающаяся организация.
5. Элементы содержания управленческой парадигмы.
6. Особенности поведенческого менеджмента и менеджмента обучения.
7. Коммерческие и некоммерческие организации в сфере культуры и искусства.
8. Порядок открытия коммерческой фирмы в сфере культуры, необходимые документы.
9. Структурные модели коммерческих фирм в сфере культуры.
9. Понятия «конкуренция», «коммерческая тайна», их роль и значение в ведении бизнеса в сфере культуры и искусства.

*Литература [1, 2]*

### **Раздел 7 (9 семестр) (ЗФО)**

#### **Тема 12 Особенности реализации культуротворческого локального проекта**

##### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1-3**

1. Специальные события в современном обществе и деловой практике
2. Событие как новость. Менеджмент новостей.
3. Конференции. Праздники. Массовый праздник, характерные черты. Корпоративный праздник, особенности подготовки. Место проведения праздника.
4. Фестивали, виды и задачи. Церемонии. Шоу-мероприятия. Основные функции продюсера. Конкурсы и лотереи. Роль ведущего.
5. Основные этапы разработки конкурсных проектов. Выставки, ярмарки. Классификация, виды, цели.
6. Планирование и организация участия в выставочно-ярмарочном мероприятии. Основные этапы, задачи, проблемы. Документальное обеспечение выставочного проекта.
7. Массовые праздники. Корпоративные мероприятия. Тимбилдинг.

*Литература [1, 2, 8]*

## 7. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям.

Основными формами самостоятельной работы при изучении дисциплины «Прикладное переводоведение» являются подготовка докладов, рефератов, анализ и перевод текстов.

*СР включает следующие виды работ:*

- работа со справочной литературой, предусматривающая проработку основных вопросов для глубинного понимания и анализа англоязычного текста;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки презентации, доклада по изучаемой теме, анализа текста, перевод;
- подготовка конспекта к вопросам практических занятий;

### 7.1. ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

#### 3 семестр

##### Тема 1. Введение в дисциплину.

Подготовить доклад по предложенным темам:

- Роль продюсерской деятельности в сфере культуры и искусства.
- Основные предпосылки и причины возникновения продюсерской деятельности.
- Специфика современной культуротворческой деятельности.
- Особенности продюсирования социально-культурных проектов.
- Составляющие продюсерской деятельности.
- Продюсерство как форма соединения творчества и потребителя.
- Продюсерство как основа эффективной культуротворческой деятельности.

*Литература [1, 2]*

##### Тема 2. Творческие и организационные аспекты продюсерства

Подготовить доклад по предложенным темам:

- Основные виды, типы и методы продюсирования.
- Роль продюсера в управлении проектом, его основные задачи.
- Значение и содержание деятельности продюсера на предварительном этапе проекта.
- Постановка целей как основа продюсерского проекта.
- Управление эффективностью деятельности.
- Требования, предъявляемые современному продюсеру.
- Взаимосвязь личностных качеств и деятельности продюсера.
- Лидерство в деятельности продюсера. Теории и модели лидерства

*Литература [1, 2, 8]*

#### 4 семестр

##### Тема 3. Социокультурные концепции управления в арт-индустрии

Подготовить доклад по предложенным темам:



- Арт-продюсер как представитель особой интеллектуальной профессии.
- Виды деятельности арт-продюсера как управленца.
- Ключевые роли арт-продюсера.
- Особенности и специфика профессионального положения арт-продюсера как субъекта этого процесса.
- Мотивационная сфера личности арт-продюсера: содержание и структура.

*Литература [1, 2, 6]*

#### **Тема 4. Финансирование продюсерских проектов.**

Подготовить доклад по предложенным темам:

- Взаимодействие культуры и бизнеса: креативные подходы в спонсоринге.
- Риски в продюсерской деятельности, их последствия и способы защиты от них.

*Литература [1, 2, 6]*

### **5 семестр**

#### **Тема 5. Организация концертной и гастрольной деятельности**

Подготовить доклад по предложенным темам:

- Значение концертной и гастрольной деятельности в социально-культурной сфере.
- Проблемы в организации зрелищных мероприятий, основные причины «провалов» и срывов.

*Литература [1, 2]*

#### **Тема 6. Организация продвижения в сфере массовой информации**

Подготовить доклад по предложенным темам:

- Роль средств массовой информации в современном обществе.
- Теории массовой коммуникации.
- Общая схема управления информацией для СМИ.
- Организация взаимодействия со СМИ.

*Литература [1, 2, 6]*

### **6 семестр**

#### **Тема 7 Разработка бренда**

Подготовить доклад по предложенным темам:

- Разработка концепции имиджа проекта.
- Составляющие технологии имиджирования.
- Создание персонального бренда.

*Литература [1, 2]*

## **Тема 8. Технология продвижения арт-продукта**

Подготовить доклад по предложенным темам:

- Краудфандинг: исторические аспекты и современные технологии.
- Селебрити-маркетинг как новый подход в финансировании проекта.
- Продакт-плейсмент как инструмент продюсерской деятельности.

Разработать концепцию продвижения арт-проекта: описание, цели и задачи, целевая и ключевая аудитория, партнеры, место и время реализации, план-график разработки и реализации; потенциал проекта.

*Литература [1, 2, 6]*

## **7 семестр**

### **Тема 9 Авторское право**

Подготовить доклад по предложенным темам:

- Авторское право в деятельности продюсера.
- Нарушения авторских прав в продюсерских проектах.
- Способы защиты авторских прав.
- Проблемы защиты авторских прав.

*Литература [1, 2]*

### **Тема 10 Проектный арт менеджмент**

Подготовить доклад по предложенным темам:

- Концертная и гастрольная деятельность.
- Мировой опыт продюсирования фестивалей.
- Фестивальное движение в городе Москве.

*Литература [1, 2, 8]*

### **Тема 11 Создание коммерческих фирм в сфере культуры и искусств**

Подготовить доклад по предложенным темам:

- Проблемы финансирования продюсерских проектов.
- Проблемы предпринимательской деятельности в продюсерском проекте.
- Возможности альтернативного финансирования социально-культурных проектов.

*Литература [1, 2, 8]*

### **Тема 12 Особенности реализации культуротворческого локального проекта**

Разработать локальный проект по плану

- Обоснование проекта.
- Цели и задачи проекта, постановка цели.
- Целевая и ключевая аудитория проекта.

*Литература [1, 2]*

### **8 семестр (ЗФО)**

#### **Тема 13 Создание коммерческих фирм в сфере культуры и искусств**

Подготовить доклад по предложенным темам:

- Проблемы финансирования продюсерских проектов.
- Проблемы предпринимательской деятельности в продюсерском проекте.
- Возможности альтернативного финансирования социально-культурных проектов.

*Литература [1, 2]*

### **9 семестр (ЗФО)**

#### **Тема 14 Особенности реализации культуротворческого локального проекта**

Разработать локальный проект по плану

- Обоснование проекта.
- Цели и задачи проекта, постановка цели.
- Целевая и ключевая аудитория проекта.

*Литература [1, 2]*

### **7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ (ЗФО)**

Контрольные работы предусмотрены для выполнения всеми студентами заочной формы обучения. Контрольная работа является составной частью самостоятельной работы студента заочной формы обучения по освоению программы дисциплины и предполагает выполнение реферативной работы, в которой студент должен на основе всего изученного материала подробно проанализировать одну из предложенных тем.

Реферат является важной формой самостоятельной работы студентов. В процессе его подготовки студенты должны на основе полученных знаний глубоко изучить, проанализировать какую-либо актуальную тему, научиться самостоятельно находить, изучать и анализировать литературные источники, делать правильные, научно обоснованные выводы, использовать и анализировать статистические данные, определять тенденции, перспективы развития тех или иных процессов, давать теоретические и практические рекомендации.

Выполняя рефераты, студенты приобретают опыт работы с первоисточниками (журналами, сборниками, монографиями) и документами, учатся самостоятельно подбирать конкретный фактический материал, работать со статистическими справочниками, готовить графический и аналитический материал, логически и четко излагать свои мысли, связывать теоретические положения с конкретной налоговой действительностью. Работа не должна быть повторением учебного материала, а должна продемонстрировать умение студента использовать полученные знания для более глубокого экономического анализа.

Реферат должен содержать:

план работы;

введение, в котором обосновывается значение и актуальность выбранной темы;

основную часть, раскрывающую содержание темы.

заключение, в котором излагаются выводы и предложения;

список использованной литературы, оформленный в соответствии с требованиями стандарта.

Объем контрольной работы в виде реферата составляет не более 15-20 страниц. В конце работы приводится перечень фактически использованной литературы с указанием фамилии автора, названия, издательства, места и года издания.

#### **Темы рефератов (4 семестр):**

- Продюсерская деятельность в музыкальной сфере
- Кинофестиваль как форма межкультурной коммуникации в продюсерской деятельности
- Телеканалы, телепроекты и соцсети: формы и методы влияния на лояльную и нелояльную сетевую аудиторию.
- Мультикультурное и внутрirosсийское: анализ российских адаптаций зарубежных телеформатов
- Продюсирование телесериалов разного типа (теленовеллы, многосерийные телефильмы, ситкомы, скетчкомы).
- Телеканалы для детей в РФ - конкуренция с интернетом. Разработка детского формата для телеканала.
- Специфика реализации общественной функции медиа в региональных СМИ
- Роль информационных контрактов в структуре региональных медиарынков России
- Бизнес-модели цифровых/тематических каналов (сравнительный анализ).

#### **Темы рефератов (6 семестр):**

- Глобальные медиакомпании на национальных рынках: особенности адаптации бизнес-моделей и контента
- Визуальное мышление как часть дизайн-мышления и ключевая компетенция в цифровых индустриях.
- Медиакритика в экосистеме современных медиа
- Медиаэкология и археология медиа: понятия и современные подходы.
- Мультимедиа, трансмедиа и медиаарт в музейном пространстве: российская практика.
- Стратегия и тактика технологий в продюсировании
- Функции продюсера в работе над кинофильмом
- Луганские театры и проблемы их продюсирования
- Управление производственными процессами в сфере арт-бизнеса
- Предпринимательский успех и культура бизнеса

#### **Темы рефератов (7 семестр):**

- Продюсирование бизнес-процессов.
- Роли PR-средств в продюсировании музыкальных коллективов
- Разработка стратегии продюсирования на примере группы «XXX»
- «Раскрутка» как основное понятие продюсирования
- Роль рекламы и PR в музыкальном продюсировании
- Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности
- Маркетинговая среда организаций искусства
- Условия эффективного использования маркетинга в сфере искусства.
- Стратегии маркетинга в сфере арт-индустрии

#### **Темы рефератов (9 семестр):**

- Механизмы финансирования в культурной сфере
- Технологические механизмы организации шоу программ для зрительской
- Особенности организации шоу программ на региональном уровне

- Проектный менеджмент в сфере арт-индустрии
- Управленческие роли продюсера
- Становление и развитие продюсерской мастерства в России
- Основные этапы и направления продюсерской деятельности
- Определение и обоснование особенностей продюсерской деятельности
- Основные функциональные задачи и методы продюсерской деятельности
- Источники финансирования продюсерских проектов в России
- Известные продюсеры и их проекты

## 8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ

### 8.1 ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ (3 семестр)

1. Назовите причины возникновения продюсерской деятельности.
2. Назовите основные функции продюсера.
3. Продолжите предложение  
Специфика современной культуротворческой деятельности состоит в...
4. Определите последовательность и составьте определение из предложенных слов.  
Креативный кластер — это:  
генерировать общность людей, и продукты, творческим потенциалом и возможностью инновационные, обладающих идеи
5. Определите последовательность и составьте определение из предложенных слов.  
Продвижение — это:

использующих имеющиеся ресурсы и инфраструктуру, деятельность, бизнес-процессов, наиболее эффективно для создания, производства и дистрибуции продукта (услуги и товара), обладающего максимальной ценностью для потребителя, целью которой является организация

6. Продолжите предложение:  
Функции продюсера социально-культурного проекта: творческо-режиссерская, финансово-экономическая и ...
7. Закончите определение:  
Авторское право — это подотрасль гражданского права, которая регулирует отношения по созданию, использованию и охране прав на...

#### 8. Прочитайте текст и установите последовательность

Организация кинофестиваля традиционно включает несколько этапов подготовки, которые способствуют популяризации и продвижению кинопродуктов в массовой культуре. Для проведения регионального фестиваля подобного типа необходимо выполнить определенную последовательность действий:

- 1) определение номинаций
- 2) просмотр и отбор фильмов номинантов
- 3) выбор жюри
- 4) приглашение меда-представителей

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

2	1	3	4
---	---	---	---

9. В международной практике понятие «интеллектуальная собственность» определено в Конвенции, учредившей Всемирную организацию интеллектуальной собственности (ВОИС) в Стокгольме. Назовите год, в котором это произошло?

10. Какая из технологий решает задачу разработки и реализации федеральных, региональных, муниципальных и иных целевых программ поддержки и развития социокультурной сферы?

#### 11. Установите соответствие

1. Проблема понимания креативности связана с тем, что само понимание уже есть _____ действие	а) латеральное мышление
2. Умение разрабатывать творческие решения, рассматривая проблему разных сторон, даже самые неочевидные относится к сфере.....	б) дизайн-мышление
3. Технология создания продуктов в формате со-творчества исполнителя и заказчика путем многократного усовершенствования прототипа	в) активности творческих людей
4. Для развития креативных индустрий необходимо сочетание таких составляющих как развитие технологий, инфраструктура потребления, а также ....	г) юнит
5. Единица расчетов в экономике проекта, определяющая его эффективность юнит	д) креативное

#### 12. Установите соответствие

1. Ограниченная сумма денег на зафиксированную по статье расходов	а) бизнес-модель
2. График публикаций в электронной среде, необходимый для	б) учредительные документы

управления информационно-коммуникационной поддержкой развития креативного пространства	
3. Устав, договоры о совместной деятельности, формируемые на начальном этапе креативного пространства	в) бюджет проекта
4. Модель вовлечение в деятельность креативного пространства в дни проведения тематических мероприятий, деловых встреч	г) контент-план
5. Рамки и план достижения экономических эффектов, потоков дохода в деятельности креативного пространства	д) событийный календарь

### 13. Установите соответствие

1. Модель связей с общественностью как публицити.	а) Цель - распространение как можно более полной и по возможности правдивой информации.
2. Модель связей с общественностью как информация для публики.	б) Цель - пропаганда и коммуникация.
3. Двусторонняя асимметричная модель связей с общественностью.	в) Цель-взаимопонимание
4. Двусторонняя и симметричная модель	г) Цель- убеждение, осуществляемое на научной основе

### 14. Дополните высказывание

Набор воздействий на объект управления, позволяющий привести данный объект в желаемое состояние или достичь поставленной перед ним цели в отношении комбинации маркетинга-микс, направленный на разработку и реализацию стратегий маркетинга и его элементов — это:

### 15. Заполните пропуски в предложении

Управленческая деятельность в организациях арт-индустрии осуществляется на четырех уровнях, регулируя при этом: отношение между \_\_\_\_\_ и организацией – через систему законодательных и \_\_\_\_\_ актов, регламентирующих процессы создания, функционирования и ликвидации конкретной организации; отношение данных организаций друг с другом и другими предприятиями и учреждениями – через систему договоров; отношение между организацией и \_\_\_\_\_ через систему маркетинга, ценообразования; отношение организации с входящими в ее состав художественными коллективами, \_\_\_\_\_ подразделениями и отдельными работниками – через систему

договоров, распорядительных актов администрации организации.

### 16. Заполните пропуски в предложении

Арт-продюсирование можно определить как профессиональное \_\_\_\_\_ процессом создания \_\_\_\_\_ ценностей (материальных и духовных), продвижения на рынок \_\_\_\_\_ услуг результатов \_\_\_\_\_ деятельности авторов, режиссеров, исполнителей и организационных усилий коллектива организации (продюсерского центра, фирмы).

### 17. Дайте определение следующему понятию:

это деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которая несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности

### 18. Установите соответствие

<p>1. Группы общественности по степени причастности к событию</p> <p>2. Группы общественности по степени активности</p>	<p>1. Необщественность</p> <p>2. Латентная общественность</p> <p>3. Осведомленная общественность      Активная общественность Общественность, реагирующая на все проблемы.</p> <p>4. Равнодушная общественность</p> <p>5. Общественность вокруг одной проблемы</p> <p>6. Общественность вокруг обострившейся проблемы</p>
---	---

### 19. Установите соответствие

Состав группы оргкомитета	Основные задачи деятельности
<p>1. Режиссер, автор сценария, руководители творческих коллективов, художники, ответственный за техническое оформление и т.д.</p>	<p>а) Техническое и финансовое обеспечение реализации постановочного плана</p>
<p>2. Исполнительный директор, руководители от администрации, экономисты и т.д.</p>	<p>б) Создать программу праздника, разработать план ее реализации и организовать сам процесс реализации</p>
<p>3. Представители СМИ, художники, фотографы, специалисты по рекламе и т.д.</p>	<p>в) Организация информации о месте, дате и времени проведения праздника, его структурных составляющих.</p>

### 20. Продолжите предложение:

Государство регулирует деятельность в сфере культуры через функционирование следующих механизмов...



### 8.2 ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ С ОЦЕНКОЙ (4 семестр)

1. Основные задачи и содержание продюсерской деятельности.
2. Исторические предпосылки возникновения и развития продюсерской деятельности.
3. Специфика современной культуротворческой деятельности.
4. Особенности продюсирования социально-культурных проектов.
5. Творческие и организационные аспекты продюсерства
6. Основные виды, типы и методы продюсирования.
7. Роль продюсера в управлении проектом, его основные задачи.
8. Функции продюсера культуротворческого (или социально-культурного проекта).
9. Значение и содержание деятельности продюсера на предварительном этапе проекта.
10. Постановка целей как основа продюсерского проекта.

### 8.3 ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ С ОЦЕНКОЙ (6 семестр)

1. Управление эффективностью деятельности.
2. Требования, предъявляемые современному продюсеру.
3. Взаимосвязь личностных качеств и деятельности продюсера.
4. Лидерство в деятельности продюсера. Теории и модели лидерства.
5. Креативные технологии в деятельности продюсера.
6. Источники финансирования культуротворческих и социально-культурных проектов.
7. Предпринимательская деятельность как форма финансирования продюсерских проектов.
8. Альтернативные формы финансирования продюсерских проектов.
9. Схемы финансирования продюсерских проектов.
10. Государственное финансирование арт-проектов.

### 8.4. ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ (7 семестр)

1. Особенности и проблемы финансирования продюсерских проектов в социально-культурной сфере.
2. Значение деятельности по управлению рисками в продюсерской деятельности.
3. Риски как объект теории и практики управления. Чистые и спекулятивные риски.
4. Виды издержек и их анализ.
5. Основные категории подверженности рискам в продюсерской деятельности и их оценка.
6. Инструментарий управления рисками и основные этапы разработки и реализации программы управления рисками.
7. Авторское право в деятельности по производству и реализации творческих проектов.
8. Допустимое свободное использование авторского произведения в продюсерском проекте.
9. Защита авторских и смежных прав как составляющая деятельности продюсера.

10. Способы защиты авторских прав.
11. Продюсерский договор с автором-участником проекта и его основные положения.
12. Роль и место продвижения в современном обществе. Объекты продвижения.
13. Особенности продвижения в социально-культурной деятельности.
14. Технология продвижения продюсерских проектов и ее основные составляющие.
15. Инструментарий продвижения продюсерских проектов.
16. Маркетинговые структуры, их роль в продвижении продюсерских проектов.
17. Роль средств массовой информации в современном обществе.
18. Теории массовой коммуникации.
19. Общая схема управления информацией для СМИ.
20. Организация взаимодействия со СМИ.
21. Понятия «имидж», «бренд» и «брендинг».
22. Роль имиджирования и брендинга в продвижении социально-культурного проекта.
23. Технология создания имиджа.
24. Разработка концепции бренда, ребрендинг.
25. Концертная и гастрольная деятельность, основные понятия, действующие лица и составляющие.
26. Типы концертов и мероприятий и основные тенденции рынка концертно-зрелищных мероприятий.
27. Организационные аспекты концертной и гастрольной деятельности.
28. Проблемы развития концертной и гастрольной деятельности в России.

## **8.5 ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ (5 СЕМЕСТР)**

### *Требования к структуре курсовой работы*

По содержанию курсовая работа может носить реферативный, практический или опытно-экспериментальный характер. Примерный объем курсовой работы должен составлять (15-20) страниц машинописного текста.

По структуре курсовая работа реферативного характера состоит из:

1. введения, в котором раскрывается актуальность и значимость темы, формулируется цель работы;
2. теоретической части, в которой даны история вопроса, уровень разработанности проблемы в теории и практике посредством сравнительного анализа литературы;
3. заключения, в котором содержатся выводы и рекомендации относительно возможностей использования материалов работы;
4. списка использованной литературы;
5. приложений.

### *Общие требования к оформлению курсовой работы*

Текст курсовой работы представляется в печатной форме, на одной стороне листа белой бумаги формата А4. Цвет шрифта должен быть черным, полужирный шрифт не применяется. Важную информацию внутри текста допускается выделять нежирным курсивом. Основной текст работы должен быть выровнен по ширине. Ориентация – книжная (альбомная – только в приложении: для таблиц, схем и т.д.).

Работа должна быть выполнена на компьютере шрифтом Times New Roman, кегль 14, междустрочный интервал 1,5 и отвечать следующим требованиям: – правое поле – 1,5 см; – верхнее и нижнее поле – 2 см; – левое поле – 3 см; – красная строка (абзац) – 1,25 см; 10 – на одной странице допускается не более 4-х абзацев; – введение, глава и заключение начинаются с нового листа; – введение и заключение оформляются без названия; –

страницы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту выпускной квалификационной работы; – кавычки и скобки набираются вплотную к слову, без пробелов (используются кавычки «елочки»).

В тексте курсовой работы заголовки структурных элементов (СОДЕРЖАНИЕ, СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ, ВВЕДЕНИЕ, ГЛАВА 1, ЗАКЛЮЧЕНИЕ, СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, ПРИЛОЖЕНИЕ) пишутся прописными (заглавными) буквами, с выравниваем по центру, без отступа красной строки (абзаца), с интервалом после в одну строку, шрифт – Times New Roman, кегль – 14, междустрочный интервал – 1,5.

### **Темы курсовых работ**

- Мультимедийный проект. Сайт и соцсети как элементы программы и как инструменты продвижения.
- Развитие и трансформация успешного телевизионного формата на протяжении сезонов (на примере «Что? Где? Когда?», КВН, «Танцы», «Камеди клуб» и др.).
- Секреты адаптации: анализ успешных и провалившихся российских адаптаций зарубежных телесериалов. (Обзор и подробный анализ одной из адаптаций – «Обратная сторона луны (LifeonMars)», «Клим (Luter)», «Влюбленные женщины» (Mistress) , «Родина» (Homeland), «Воронины (EverybodyLovesRaymond)», «Моя прекрасная няня (Nanny)», «Побег» (PrisonBreak), «Как я встретил вашу маму» (How I MetYourMother) ...)
- Герой своего телевремени. Сравнительный анализ главных героев современных американских, британских и российских телесериалов.
- Телевидение глазами кино и телевидения. Вымыслы и реальность.
- Ребрендинг телеканала: секреты успеха и провала (на примере каналов «Пятница» и «Ю», «Пятого канала», «Москва -24», «Че»...).
- Драматургия ток-шоу. Особенности работы сценариста ток-шоу (на примере «Пусть говорят», «Прямой эфир», «Говорим и показываем» ).
- Промо как содержание: сравнительный анализ форм и методов продвижения телеканалов разной направленности (Первый, НТВ, СТС, ТНТ, Пятница, Ю...).
- Драматургия развлекательных музыкальных и танцевальных шоу («Голос», «Главная сцена», «Хочу в Виагру», «Битва хоров», «Танцы со звездами», «Танцы», «Танцуй!»...).
- Особенности создания телевизионных форматов одной направленности для разной аудитории (на примере программ «Большая опера» и «Призрак оперы», «Большой балет» и «Болеро», «Танцы» и «Танцуй!»...).
- Ведущий и его образ. Особенности образа одного ведущего в разных форматах.
- Актер на телевидении. Влияние актерских работ на образ телеведущего и влияние телевизионного образа на восприятие кино и театральных работ.

## **9. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ**

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие методы образовательных технологий:

- методы ИТ – использование Internet-ресурсов для расширения информационного поля и получения профессиональной информации;
- междисциплинарное обучение – обучение с использованием знаний из различных областей (дисциплин), реализуемых в контексте конкретной задачи;
- проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний для решения конкретной поставленной задачи;
- обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента посредством ассоциации их собственного опыта с предметом изучения.

Изучение дисциплины осуществляется студентами в ходе практических занятий, а также посредством самостоятельной работы с англоязычными текстами и рекомендованной литературой.

В ходе проведения практических занятий студенты выполняют анализ и перевод текстов и фрагментов текстов с английского языка на русский и наоборот, обсуждают доклады по изучаемой теме, демонстрируют презентации. В ходе практических занятий может быть проведено пилотное тестирование, предполагающее выявление уровня знаний по пройденному материалу.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: практические занятия, самостоятельная работа студентов.

При проведении практических занятий используются интерактивные формы обучения:

Занятия	Используемые интерактивные образовательные технологии
Практические занятия	Кейс-метод (разбор конкретных ситуаций), дискуссии, коллективное решение творческих задач.

## 10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
<b>Критерии оценивания тестовых заданий</b>	
5 (отлично)	Студент ответил на 85-100% вопросов.
4 (хорошо)	Студент ответил на 84-55% вопросов.
3(удовлетворительно)	Студент ответил на 54-30% вопросов.
2 (неудовлетворительно)	Студент ответил на 0-29% вопросов.
<b>Критерии оценивания рефератов (ЗФО)</b>	
5	Реферат представлен на высоком уровне. Содержание реферата полностью раскрывает рассматриваемую проблематику, представлены аргументы и обоснования заявленных положений, терминологический аппарат соответствует отрасли научного знания. Студент демонстрирует свободное владение материалом, изложенным в реферате, оперирует стилистическими и переводческими терминами. Реферат оформлен в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
4	Реферат представлен на достаточном уровне. Заявленная проблематика представлена в общем понимании, в обосновании суждений допущены неточности. Студент демонстрирует не полное владение материалом, изложенным в реферате, допускает неточности в употреблении терминологии. В оформлении имеют место некоторые несоответствия требованиям, предъявляемым к данному виду работ.
3	Низкий уровень содержания и оформления реферата. Работа содержит ошибки в изложении материала, демонстрирующие отсутствие системных знаний студента. В реферате допущены ошибки и несоответствия требованиям, предъявляемым к данному виду работ.
2	Реферат показывает неудовлетворительный уровень знаний студента или не представлен вовсе.
<b>Критерии оценивания ответов на зачете с оценкой</b>	

5 (отлично)	Студент показывает глубокое знание основного учебного материала, справляется с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим незначительные погрешности в ответе. Свободно владеет основным материалом по программе дисциплины, основными понятиями и категориями курса, ориентируется в основной и дополнительной литературе по предмету, демонстрирует практические умения и навыки, высокий уровень владения английским языком.
4(хорошо)	Студент демонстрирует уверенное владение теоретическим материалом, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий. Студент правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, но допускает неточности.
3(удовлетворительно)	Студент демонстрирует знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, использует недостаточно правильные формулировки. Студент неуверенно ориентируется в основной и дополнительной литературе, демонстрирует посредственный уровень владения английским языком, испытывает затруднения при выполнении практических заданий.
2(неудовлетворительно)	Студент поверхностно передает содержание проблемы, не способен выделять главное, существенное. Студент не ориентируется в основной и дополнительной литературе, допускает грубые ошибки, демонстрирует низкий уровень владения английским языком, не справляется с выполнением практических заданий.
<b>Критерии оценивания ответов на экзамене</b>	
5	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом, знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы. Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Делает обоснованные выводы, соблюдает нормы литературной речи. Ответ развернутый, уверенный, содержит четкие формулировки, теоретические положения подтверждаются примерами. Практические задания выполнены точно, в полном объеме.
4	Студент демонстрирует уверенное знание программного материала, но допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, в определениях категорий. Ответы на поставленные вопросы излагаются уверенно, системно и последовательно. Демонстрирует аналитические умения, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдает нормы литературной речи. Практические задания выполнены в полном объеме без грубых ошибок.
3	Студент демонстрирует знание только основного программного материала, допускает ошибки, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических заданий. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
2	Студент не знает значительной части программного материала. Допускает принципиальные ошибки в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических заданий. Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний.

## 11. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. [Артемьева Т. В. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования / Г. Л. Тульчинский. — М. : Лань, 2010. — 284 с.](#)
2. [Зверева Т. Фандрайзинг для начинающих: как искать средства на благотворительный проект / Т. Зверева. — М. : Лепта Книга, 2016. — 200 с.](#)
3. [Леньков Р. В. Социальное проектирование и прогнозирование : учеб. пособие для бакалавров / Р. В. Леньков. — М. : ЦСП и М, 2013. — 192 с.](#)
4. [Технологии современного фандрейзинга в социальной сфере : учеб.-метод. комплекс / под ред. к.ф. м.н., доц. Н. А. Пашкус. — СПб : РГПУ им. А.И. Герцена, 2008. — 181 с.](#)

5. [Фандрайзинг: руководство для неправительственных организаций / В. Лозовану, О. Маноле. — Кишенив : \[б. и.\], 2011. — 57 с.](#)
6. [Власова А. А. Технологии фандрайзинга в социальной работе : учеб.-метод. пособие / А. А. Власова, Ю. Н. Зарубина. — Ярославль : ЯрГУ, 2018. — 36 с.](#)
7. [Шевченко Д. А. Фандрайзинг образовательной организации : учеб. пособие / Д. А. Шевченко. — М. : Дашков и К, 2017. — 335 с.](#)
8. [Фандрайзинг: истории из российской практики : сборник кейсов / Д. Даушев, А. Клецина и др. — СПб. : ЦРНО, 2012. — 238 с.](#)
9. [Шекова Е. Л. Экономика и менеджмент некоммерческих организаций : учеб. пособие / Е. Л. Шекова. — СПб. : \[б. и.\], 2003. — 154 с.](#)

#### Дополнительная литература

1. Блинников, М.С. Даушев Д. А., Симонов Е.А. «Как просить деньги?» (в помощь пишущим заявки на гранты). СПб, 2003.
2. Взятие Мак-Артура. Наглядное пособие для грантописцев, М. 1996.
3. Государство и негосударственные некоммерческие организации: формы поддержки и сотрудничества. М., 1997.
4. Информационное обеспечение международного сотрудничества в области науки и образования. Учебно-методическое пособие по подготовке проектов в благотворительные фонды и организации. СПб., 2001.
5. Как искать средства для некоммерческих организаций. Новосибирск,
6. Как просить деньги на некоммерческие проекты у благотворительных фондов. М., 1996.
7. Комаровский О.В. Фандрейзинг в вопросах, ответах и цитатах : Учеб. пособие / А.В. Комаровский. — Луганск : Луганск-Арт, 2007. — 60 с. - [http://lib.lgaki.info/page\\_lib.php?docid=1931&mode=DocBibRecord](http://lib.lgaki.info/page_lib.php?docid=1931&mode=DocBibRecord)
8. Комаровский О.В. Фандрейзинг для высших учебных заведений // Социально-гуманитарные науки: п. — // 2007. — С.79-87. - [http://lib.lgaki.info/page\\_lib.php?docid=4144&mode=DocBibRecord](http://lib.lgaki.info/page_lib.php?docid=4144&mode=DocBibRecord)
9. Материалы VIII региональной рабочей встречи по фандрейзингу. Москва, 2000.
10. На пути к успешному фандрейзингу. М., 1995.
11. НГО, общественность, бизнес и власть: от взаимодействия к партнерству. М., 1996.
12. Основы деятельности и успеха некоммерческих организаций. М., 1995.
13. Планирование успеха, или Как некоммерческой организации заслужить доверие общества. М., 1996.
14. Привлечение средств из местных источников. Сбор частных пожертвований. Ставрополь, 2001.
15. Путь к успеху. Пособие для неправительственных некоммерческих организаций. М., 1992.
16. Работать с коммерческим сектором: спонсорство или партнерство? СПб., 1997.
17. Родригес Т., Специальные события как источник фандрейзинга // Научный мир. — // 2006. — №12. — С.26-27. - [http://lib.lgaki.info/page\\_lib.php?docid=4399&mode=DocBibRecord](http://lib.lgaki.info/page_lib.php?docid=4399&mode=DocBibRecord)
18. Сбор средств. Пособие для некоммерческих организаций. М., 1999.
19. Слободская М.А. Как написать письмо с просьбой о благотворительном пожертвовании. М., 1998.

20. Составление заявки на грант. Методическое пособие для некоммерческих организаций. Ставрополь, 2000.
21. Управление некоммерческими организациями в России. М., 1992.
22. Шафф Т. Шафф Д. Путеводитель по фандрейзингу. Рабочая модель по привлечению спонсоров. М, 2006.

## **12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. Для проведения практических занятий используется специализированное оборудование, учебный класс, который оснащён аудиовизуальной техникой для презентаций студенческих работ.

Для самостоятельной работы студенты используют литературу читального зала библиотеки Академии Матусовского, имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии, а также возможность использования компьютерной техники, оснащенной необходимым программным обеспечением, электронными учебными пособиями и законодательно-правовой и нормативной поисковой системой, имеющий выход в глобальную сеть Интернет.