

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

Кафедра музыкального искусства эстрады

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ОСНОВЫ ПРОДЮСЕРСКОГО МАСТЕРСТВА**

*Уровень высшего образования – специалитет*

*Специальность – 53.05.03 Музыкальная звукорежиссура*

*Специализация – Музыкальный звукорежиссер. Преподаватель*

*Форма обучения – очная, заочная*

*Год набора – 2024 год*

Луганск 2024

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ОПОП и ФГОС ВО специальность 53.05.03 Музыкальная звукорежиссура, специализация «Музыкальный звукорежиссер. Преподаватель», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 23 августа 2017 г. N 827.

Программу разработал \_\_\_\_\_ Е.Н. Колесникова, старший преподаватель кафедры музыкального искусства эстрады

Рассмотрено на заседании кафедры музыкального искусства эстрады (Академия Матусовского)

Протокол № 1 от 28.08.2024 г.

Зав. кафедрой

Д.А. Рыкунова

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Основы продюсерского мастерства» является специализационной частью дисциплин (уровень специалитета) и предлагается к изучению студентам 5 курса (9, 10 семестры) специальности 53.05.03 Музыкальная звукорежиссура Академии Матусовского. Дисциплина реализуется кафедрой музыкального искусства эстрады.

Содержание дисциплины «Основы продюсерского мастерства» охватывает круг вопросов, связанных с историей развития музыкального бизнеса, шоу-бизнеса, основами управления персоналом и организациями в сфере шоу индустрии; менеджментом и маркетингом шоу-бизнеса, составлением концертных, конкурсных, фестивальных программ и проектов. Основная цель дисциплины: систематизированное и научно-обоснованное изложение сущности и закономерностей организации социально-культурной деятельности профессиональными и непрофессиональными субъектами в условиях свободного времени.

Успешное изучение дисциплины базируется на освоении теоретического и практического учебного материала по следующим дисциплинам, формирующим у обучающихся знания, умения и навыки в социально-культурной сфере: «Анализ музыкальных произведений», «Музыкальный фольклор», «История джазовой и эстрадной музыки».

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, самостоятельная работа студентов и консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме:

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

Итоговый контроль в форме зачета с оценкой:

- в 10 семестре – для очной формы обучения;
- в 10 семестре – для заочной формы обучения.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 з. е., 180 часа. Для очной формы обучения - 2 з.е. (72 часа) в 9 семестре и 3 з.е. (108 часов) в 10 семестре. Для заочной формы обучения – 2 з.е. (72 часа) в 9 семестре и 3 з.е. (108 часов) в 10 семестре.

Программой дисциплины для очной формы обучения предусмотрены:

- в 9 семестре: лекционные занятия (30 ч.), самостоятельная работа (42 ч.), проведение контроля (-);
- в 10 семестре: лекционные занятия (32 ч.), самостоятельная работа (67 ч.), проведение контроля (9 ч.).

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены:

- в 9 семестре: лекционные занятия (6 ч.), самостоятельная работа (66ч.), проведение контроля (-);
- в 10 семестре: лекционные занятия (6ч.), самостоятельная работа (100 ч.), проведение контроля (2 ч.).

## 2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель преподавания дисциплины:** формирование понимания сущности профессиональной деятельности продюсера, ее особенности в различных областях шоу-бизнеса. Определение стратегии социальной адаптации и профессионального определения в условиях формирования навыков профессиональной деятельности продюсера через соединение теоретического содержания с практической работой, направленной на повышение интеллектуальной и профессиональной компетентности.

### **Задачи изучения дисциплины:**

- ознакомить с современными требованиями к деятельности продюсера, условиями работы над творческими проектами, созданием фирмы, особенностями маркетинговой, финансовой, управленческой деятельности в сфере шоу-бизнеса;
- способствовать овладению практическими умениями и навыками организации: шоу-представлений; гала-концертов; гастролей творческих коллективов;
- освоить комплекс правовых основ управления учреждений культуры и нормативно-правовой основой деятельности продюсера.

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Курс входит в специализационную часть дисциплин (уровень специалитета) и адресован студентам по специальности 53.05.03 Музыкальная звукорежиссура.

Основывается на базе дисциплин: «Анализ музыкальных произведений», «Музыкальный фольклор», «История джазовой и эстрадной музыки».

Освоение дисциплины будет необходимо при *подготовке к государственной итоговой аттестации.*

#### 4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО специальность 53.05.03 Музыкальная звукорежиссура :  
УК-2; ПК-11, ПК-13.

##### Универсальные компетенции (УК-1):

№ компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	<p><b>Знать:</b> экономические закономерности развития сферы шоу-бизнеса в условиях рынка;</p> <p><b>Уметь:</b> производить и внедрять оптимальные методы реализации принятых продюсером творческой концепции и постановочного проекта, его сметной стоимости.</p> <p><b>Владеть:</b> методами планирования и управления творчески-производственным процессом.</p>

##### Профессиональные компетенции (ПК-1):

№ компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
ПК-11	Способен осуществлять функции специалиста, менеджера, референта, консультанта, руководителя структурных подразделений в государственных (муниципальных) организациях, осуществляющих деятельность в сфере искусства и культуры	<p><b>Знать:</b> методы планирования, организации и проведения досуговых мероприятий;</p> <p><b>Уметь:</b> использовать полученные знания по созданию и продвижению творческой программы, музыкального проекта;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками подбора творческого и производственно-технического персонала занятого в создании музыкального проекта.</p>
ПК-13	Способен к компетентной консультационной поддержке творческих проектов в области музыкального искусства	<p><b>Знать:</b> теоретические основы творческо-производственной деятельности продюсера;</p> <p><b>Уметь:</b> оценивать эффективность продюсирования в современных учреждениях социокультурной сферы и создавать благоприятный имидж учреждения средствами PR;</p> <p><b>Владеть:</b> умением обеспечивать творческий и технологический процессы, оценивать и принимать готовый аудиовизуальный продукт.</p>

**5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Структура учебной дисциплины в 9 семестре (для очной формы обучения) и**  
**в 9 семестре (для заочной формы обучения)**

Названия смысловых модулей и тем	Количество часов									
	Очная форма					Заочная форма				
	всего	в том числе				все го	в том числе			
		л	п	с.р.	к		л	п	с.р.	к
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Тема 1. Введение. Продюсер и особенности его деятельности.	10	4		6		11	1		10	
Тема 2. Составляющие продюсерской деятельности	10	4		6		11	1		10	
Тема 3. Шоу-бизнес. Основные технологии развития шоу-бизнеса	10	4		6		11	1		10	
Тема 4. Управленческие качества и деятельность продюсера в проекте. Технологии в продюсировании	12	6		6		11	1		10	
Тема 5. Целеполагание в продюсировании. Постановка целей SMART. Музыкальная индустрия и продюсирование	10	4		6		11	1		10	
Тема 6. Бренд как инструмент шоу - бизнеса. Human Branding	10	4		6		7	1		6	
Тема 7. Роль рекламы и PR в музыкальном продюсировании	10	4		6		10			10	
<b>Всего часов</b>	<b>72</b>	<b>30</b>		<b>42</b>		<b>72</b>	<b>6</b>		<b>66</b>	

**Структура учебной дисциплины в 10 семестре (для очной формы обучения) и  
в 10 семестре (для заочной формы обучения)**

Названия смысловых модулей и тем	Количество часов									
	Очная форма					Заочная форма				
	все го	в том числе				всег о	в том числе			
		л	п	с.р.	к		л	п	с.р.	к
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Тема 8. SWOT-анализ, как инструмент стратегического планирования	11	4		6	1	10			10	
Тема 9. Матрица BCG (Boston Consulting Group) – инструмент стратегического планирования. Матрица BCG (Boston Consulting Group) – инструмент стратегического планирования	8	2		6		9			9	
Тема 10. Event-менеджмент: корпоративы, праздники, презентации, фестивали	11	4		6	1	10	1		9	
Тема 11. Промоушн.	11	4		6	1	10	1		9	
Тема 12. Стратегии продвижения «продукта» на рынок шоу-бизнеса. Бизнес-проекты в шоу-бизнесе.	11	4		6	1	10	1		9	
Тема 13. Ведение переговоров при продюсировании бизнес-проектов.	11	4		6	1	11	1		9	1
Тема 14. Целеполагание в постановке шоу-программ. Технологии организации шоу-программ. Маркетинг.	9	2		6	1	9			9	
Тема 15. Презентация проекта.	10	2		7	1	10	1		9	
Тема 16. Формальное и неформальное управление шоу-проектом. Мотивирование, как управленческий процесс в продюсировании.	8	2		6		9			9	
Тема 17. Продюсирование условиях конкуренции шоу-проектов	9	2		6	1	11	1		9	1
Тема 18. Конфликты в шоу-проектах и пути их преодоления	9	2		6	1	9			9	
<b>Всего часов</b>	<b>108</b>	<b>32</b>		<b>67</b>	<b>9</b>	<b>108</b>	<b>6</b>		<b>100</b>	<b>2</b>
<b>Всего часов за весь период обучения</b>	<b>180</b>	<b>62</b>		<b>109</b>	<b>9</b>	<b>180</b>	<b>12</b>		<b>166</b>	<b>2</b>



## 6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Лекционный материал в 9 семестре (для очной формы обучения) и в 9 семестре (для заочной формы обучения)

#### **Тема 1. Введение. Продюсер и особенности его деятельности.**

Понятие - продюсер, виды и составные продюсерской деятельности. Функции продюсера. Типы продюсирования.

**Литература:** [3, 5, 11]

#### **Тема 2. Составляющие продюсерской деятельности.**

Продюсер, как самостоятельная сфера деятельности. Главное правило продюсирования. Цели и задачи продюсирования.

**Литература:** [3, 5, 11]

#### **Тема 3. Шоу-бизнес. Основные технологии развития шоу-бизнеса.**

История развития шоу-бизнеса. Определение понятия «Шоу-бизнес». Шоу-бизнес как предпринимательство и как часть массовой культуры. Основные технологии шоу-бизнеса.

**Литература:** [3, 5, 11]

#### **Тема 4. Управленческие качества и деятельность продюсера в проекте. Технологии в продюсировании.**

Управленческие качества продюсера. Личностные качества продюсера. Функции продюсера, как руководителя проекта. Стиль целеполагания в продюсировании. Стиль лидерства в продюсировании. Технологии в продюсировании. Этика продюсера-управленца.

**Литература:** [3, 5, 11]

#### **Тема 5. Целеполагание в продюсировании. Постановка целей SMART. Музыкальная индустрия и продюсирование.**

Цель и целеполагание в продюсировании. Система целеполагания организации. Продюсер в системе целеполагания. Постановка целей SMART. Музыкальная индустрия и музыкальный проект. Роль продюсера в музыкальной индустрии. Продюсерская команда. Продюсерский проект и его основные блоки.

**Литература:** [3, 5, 11]

#### **Тема 6. Бренд как инструмент шоу - бизнеса. Human Branding.**

Основные характеристики бренда, его виды и способы формирования. Бренд-менеджеры, продвижение бренда и его типы. Принципы создания человека - бренда. Позиционирование, эмоциональное и вектор бренда в области Human Branding. Люди – бренды в музыкальном шоу-бизнесе. Войны брендов.

**Литература:** [3, 5, 10]

#### **Тема 7. Роль рекламы и PR в музыкальном продюсировании.**

PR и реклама: область применения, специфика, функции. Структура деятельности PR-службы и ее функции. Средства PR. Основные функции рекламы. Основные различия между рекламой и PR. Выбор PR-агентства. Формирование имени проекта-определение его судьбы. Группа-легенда: критерии и технология создания. Инструментарий PR. Медиа-планирование.

**Литература:** [3,5, 7,8,9]

**Лекционный материал  
в 10 семестре (для очной формы обучения) и в 10 семестре (для заочной формы  
обучения)**

**Тема 8. SWOT-анализ, как инструмент стратегического планирования.**

SWOT-анализ, как метод стратегического планирования. SWOT-анализ в маркетинговом плане предприятия или проекта. Внутренние и внешние факторы SWOT-анализа. Сопоставление сильных и слабых сторон с возможностями и угрозами рынка. Матрица SWOT-анализа.

**Литература:** [3, 5,9,10]

**Тема 9. Матрица BCG (Boston Consulting Group) –инструмент стратегического планирования.**

Матрица BCG- как метод стратегического планирования. Четыре группы рынков продукта. Преимущества и недостатки матрицы BCG. Репозиционирование и позиционирование продукта. Позиционирование и его виды. Анализ матрицы BCG.

**Литература:** [3, 5,10]

**Тема 10. Event-менеджмент: корпоративы, праздники, презентации, фестивали.**

Event-менеджмент и Event-маркетинг. Основные понятия. Что такое мероприятия. Классификация мероприятий. Формирование аудитории мероприятия. Цели и задачи мероприятия. Маркетинговый мультипликатор. Маркетинговые исследования мероприятий. Инструментарий. Риски.

**Литература:** [3, 5,8,9]

**Тема 11. Промоушн.**

Понятие и сущность промоушн в сфере шоу-бизнеса и рынке услуг. Промоушн как вид маркетинговой деятельности. Основные этапы продвижения продукции арт-индустрии на рынок услуг. Основные функции промоутерской деятельности.

**Литература:** [3, 5,8,9,10]

**Тема 12. Стратегии продвижения «продукта» на рынок шоу-бизнеса. Бизнес-проекты в шоу-бизнесе.**

Определение продукта в шоу-бизнесе. Виды продуктов. Основные градации исполнителей на рынке шоу-бизнеса. Формирование продукта в шоу-бизнесе. Этапы взаимоотношений артиста с компанией. Творческий процесс по созданию продукта шоу-бизнеса. Стратегия и тактика продвижения продукта на рынок шоу-бизнеса. Модели бизнес-проектов.

**Литература:** [3, 5,8,9]

**Тема 13. Ведение переговоров при продюсировании бизнес-проектов.**

Понятие переговоры. Виды и классификация переговоров. Подготовка к проведению переговоров. Содержательная подготовка переговоров. Организационная подготовка переговоров. Методы ведения переговоров. Характер поведения участников переговоров. Три подхода. Возможные приемы при ведении переговоров.

**Литература:** [3, 5, 8,9]

**Тема 14. Целеполагание в постановке шоу-программ. Технологии организации шоу-программ. Маркетинг.**

Целеполагание в постановке шоу-программ. Эффективность средств и способов воздействия на аудиторию. Деятельность продюсера-постановщика шоу-программ. Шоу-программы. Виды и принципы построения. Основные аспекты разработки и подготовки шоу-программ. Творческий и режиссерско-постановочный состав шоу. Постановка номера. Финансирование и формирование бюджета шоу-программ. Маркетинг.

**Литература:** [3, 5,9,10]

**Тема 15. Презентация проекта.**

Определение презентации и ее цели. Структура убеждения клиента. Виды презентаций. Цели проведения презентаций. Классификация презентаций. Виды электронных презентаций по способу представления информации. Преимущества презентации. Ключевые компоненты успешной презентации проекта. Организация и проведение закрытых и открытых презентаций для аудитории.

**Литература:** [3, 5,9]

**Тема 16. Формальное и неформальное управление шоу-проектом. Мотивирование, как управленческий процесс в продюсировании.**

Факторы формального и неформального типов управления. Основные отличия формальной и неформальной групп. Сравнительная характеристика обоих типов управления, методов и механизмов воздействия. Методы управления персоналом шоу-проекта. Мотивирование. Виды и способы воздействия на персонал. Де-мотивационные факторы.

**Литература:** [3, 5,7,8,9]

**Тема 17. «Продюсирование в условиях конкуренции шоу-проектов».**

Продюсирование в условиях конкуренции. Экономический характер продюсирования в шоу-индустрии. Продюсирование как процесс в условиях конкуренции. Понятие и виды конкуренции в шоу-бизнесе. Формы конкуренции. Виды конкуренции. Базовые понятия. Условия появления конкуренции.

**Литература:** [3, 5,7,8,9]

**Тема 18. «Конфликты в шоу-проектах и пути их преодоления»**

Понятие, функции, задачи конфликта. Субъект и объект конфликта. Основные признаки конфликта. Виды конфликтов. Этапы развития конфликта. Методы разрешения противоречий и конфликтов. Способы разрешения конфликтов. Переговоры как способ преодоления конфликта. Виды переговоров.

**Литература:** [3, 5,9]

## 7. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Основными формами самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины «Основы продюсерского мастерства» является работа над темами для самостоятельного изучения.

СР включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки доклада по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- для студентов заочной формы обучения – выполнение контрольной работы;
- подготовка к зачету с оценкой.

### 7.1 Темы и задания для самостоятельных занятий

#### Темы и задания для самостоятельных занятий в 9 семестре (для очной формы обучения) и в 9 семестре (для заочной формы обучения)

##### **Тема 1. Введение. Продюсер и особенности его деятельности.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы.

##### **Тема 2. Составляющие продюсерской деятельности.**

Изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов.

##### **Тема 3. Шоу-бизнес. Основные технологии развития шоу-бизнеса.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы.

##### **Тема 4. Управленческие качества и деятельность продюсера в проекте. Технологии в продюсировании.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов.

##### **Тема 5. Целеполагание в продюсировании. Постановка целей SMART. Музыкальная индустрия и продюсирование.**

Изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к коллективной дискуссии.

##### **Тема 6. Бренд как инструмент шоу - бизнеса. Human Branding.**

Изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к дискуссии методом активного диалога.

##### **Тема 7. Роль рекламы и PR в музыкальном продюсировании.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов.

**Темы и задания для самостоятельных занятий в 10 семестре (для очной формы обучения) и в 10 семестре (для заочной формы обучения)**

**Тема 8. SWOT-анализ, как инструмент стратегического планирования.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов.

**Тема 9. Матрица BCG (Boston Consulting Group) –инструмент стратегического планирования.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы.

**Тема 10. Event-менеджмент: корпоративы, праздники, презентации, фестивали.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы.

**Тема 11. Промоушн.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов.

**Тема 12. Стратегии продвижения «продукта» на рынок шоу-бизнеса. Бизнес-проекты в шоу-бизнесе.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы.

**Тема 13. Ведение переговоров при продюсировании бизнес-проектов.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов.

**Тема 14. Целеполагание в постановке шоу-программ. Технологии организации шоу-программ. Маркетинг.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов.

**Тема 15. Презентация проекта.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов.

**Тема 16. Формальное и неформальное управление шоу-проектом. Мотивирование, как управленческий процесс в продюсировании.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов.

**Тема 17. «Продюсирование в условиях конкуренции шоу-проектов».**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов.

**Тема 18. Конфликты в шоу-проектах и пути их преодоления.**

Изучение лекционного материала, изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов.

### 7.2 Задания для контрольных работ

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 предусматривает письменное изложение ответов на вопросы задания.

Студент выполняет контрольную работу на тему, вариант которой, соответствует последней цифре порядкового номера студента в журнале посещаемости. При подготовке

ответов на вопросы контрольной работы необходимо использовать только рекомендованную литературу и оформить ее в соответствии с планом. Изложение должно отличаться композиционной четкостью, логичностью, грамотностью. Выполненная работа должна быть представлена в распечатанном виде (на кафедру не менее чем за 2 недели до начала сессии).

### **Задания для контрольных в 10 семестре**

#### **Варианты тем контрольных работ**

##### **Вариант 1**

1. .Продюсер, как самостоятельная сфера деятельности.
2. Презентация по теме исследования

##### **Вариант 2**

1. Понятие - продюсер, виды и составные продюсерской деятельности.
2. Презентация по теме исследования

##### **Вариант 3**

1. История развития шоу-бизнеса.
2. Презентация по теме исследования

##### **Вариант 4**

1. Шоу-бизнес как предпринимательство и как часть массовой культуры.
2. Презентация по теме исследования

##### **Вариант 5**

1. Функции продюсера, как руководителя проекта
2. Презентация по теме исследования

##### **Вариант 6**

1. Стилль лидерства в продюсировании
2. Презентация по теме исследования

##### **Вариант 7**

1. Цель и целеполагание в продюсировании
2. Презентация по теме исследования

##### **Вариант 8**

1. Постановка целей SMART.
2. Презентация по теме исследования

##### **Вариант 9**

1. Продюсерский проект и его основные блоки.
2. Презентация по теме исследования

##### **Вариант 10**

1. Основные характеристики бренда, его виды и способы формирования.
2. Презентация по теме исследования

##### **Вариант 11**

1. Позиционирование, эмоционалирование и вектор бренда в области Human Branding
2. Презентация по теме исследования

##### **Вариант 12**

1. Люди – бренды в музыкальном шоу-бизнесе.
2. Презентация по теме исследования

##### **Вариант 13**

1. Формирование имени проекта-определение его судьбы.
2. Презентация по теме исследования

##### **Вариант 14**

1. PR и реклама: область применения, специфика, функции.
2. Презентация по теме исследования

##### **Вариант 15**

1. SWOT-анализ, как метод стратегического планирования.

2. Презентация по теме исследования

**Вариант 16**

1. Матрица BCG- как метод стратегического планирования.

2. Презентация по теме исследования

**Вариант 17**

1. Event- менеджмент и Event-маркетинг.

2. Презентация по теме исследования

**Вариант 18**

1. Формирование аудитории мероприятия.

2. Презентация по теме исследования

**Вариант 19**

1. Продюсирование - проект менеджмент, коучинг менеджмент.

2. Презентация по теме исследования

**Вариант 20**

1. Деятельность продюсера-постановщика шоу-программ.

2. Презентация по теме исследования

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ**

### **8.1 Тестовые задания**

#### **Комплект тестовых заданий для опроса в ходе проведения промежуточной аттестации во 9 семестре (для очной формы обучения) и в 9 семестре (для заочной формы обучения)**

1. Какую роль играет продюсер в процессе записи альбома?

- а) только участвует в финансировании;
- б) осуществляет мастеринг;
- в) выбирает одежду для исполнителя;
- г) организует и руководит процессом записи.

2. Какой из следующих элементов не относится к задачам продюсера в постпродакшне?

- а) монтаж;
- б) подбор актеров;
- в) цветокоррекция;
- г) сведение звука.

3. Какое из перечисленных действий является частью продакшн-менеджмента?

- а) освещение сцены;
- б) съемка видео;
- в) планирование графика съемок;
- г) работа с актерами.

4. Какой этап в процессе продюсирования включает в себя выбор сценария и разработку концепции?

- а) анализ рынка и аудитории;
- б) монтаж и постпродакшн;
- в) создание бюджета и планирование съемок;
- г) распределение обязанностей съемочной группы.

5. Что означает термин «логлайн» в контексте продюсирования?

- а) сценарий без диалогов;
- б) описание локаций;
- в) краткое описание сюжета в одном предложении;
- г) специальные эффекты.

6. Какое из перечисленных ниже заданий не является обязанностью продюсера в постпродакшн процессе?

- а) цветокоррекция;
- б) монтаж;
- в) выбор локаций для съемок;
- г) звуковое оформление.

7. Какой процесс включает в себя корректировку и улучшение звука в постпродакшн студии?

- а) цветокоррекция;
- б) озвучивание актеров;
- в) сценарное чтение;
- г) звуковой монтаж.

8. Какова основная цель продюсера в индустрии развлечений?

- а) писать сценарии для фильмов;
- б) организовывать и управлять производством проектов;
- в) заниматься актерской игрой на съемочной площадке;
- г) работать над художественным оформлением сценариев.

9. Какой из перечисленных этапов является первым в процессе продюсирования?

- а) монтаж;
- б) постпродакшн;
- в) подписание контрактов;
- г) разработка идеи.

10. Что такое линейный продюсер?

- а) актер, играющий главную роль в фильме;
- б) специалист, управляющий ходом производства во время съемок;
- в) художник, создающий оформление сценариев;
- г) автор сценария.

11. Какую роль играет исполнительный продюсер в производстве фильма?

- а) оператор камеры;
- б) режиссер;
- в) монтажер;
- г) ответственность за финансовую сторону проекта.



12. Какие из перечисленных являются обязанностями продюсера в пред-производственном этапе?
- а) смонтировать готовый материал;
  - б) разработать бюджет проекта;
  - в) выбрать актеров для главных ролей;
  - г) подготовить спецэффекты для съемок.
13. Что такое «режиссерский сценарий»?
- а) текст, который читают актеры в процессе съемок;
  - б) документ, представляющий собой основу для создания фильма и разрабатываемый режиссером;
  - в) сценарий, написанный продюсером;
  - г) сценарий, разработанный художником-постановщиком.
14. Какое из следующих утверждений характеризует роль продюсера в процессе мастеринга?
- а) определение структуры композиции;
  - б) выбор инструментов для записи;
  - в) окончательная обработка звукового материала и подготовка к выпуску;
  - г) работа с аранжировкой трека.
15. Основными компонентами социально-культурной программы являются:
- а) документальность, художественность, информационность и зрелищность;
  - б) сюжет, тема, идея, фабула;
  - в) направленность, практическая значимость, актуальность;
  - г) соответствие культурным образцам, реалистичность, правдивость.
16. Какие из перечисленных обязанностей чаще всего выполняет продюсер?
- а). монтаж;
  - б) грим;
  - в). планирование бюджета и финансирование проекта;
  - г). исследование сценария.
17. Что такое «бюджет продюсирования»?
- а) стоимость аренды студии;
  - б) сумма гонорара исполнителю;
  - в) общая финансовая оценка расходов на создание музыкального проекта;
  - г) цена на музыкальные инструменты.
18. Что включает в себя понятие «производственный продюсер»?
- а) работа с художественными эффектами;
  - б) сценарное искусство;
  - в) организация съемочного процесса и выполнение бюджета;
  - г) выбор локаций для съемок.
19. Какой этап производственного процесса включает в себя подготовку к съемкам, выбор локаций и планирование бюджета?
- а) постпродакшн;
  - б) продюсирование;
  - в) режиссура;
  - г) предпродакшн.

20. Что означает термин «кастинг» в контексте продюсирования?

- а) съемка на улице;
- б) выбор актеров для ролей;
- в) работа с камерой;
- г) подбор актеров для ролей.

21. Установите соответствие управленческих решений, принимаемых на различных уровнях продюсерской компании

1	Уровень высшего руководства продюсерского центра	А	Тактическое управление
2	Уровень функциональных продюсеров	Б	Стратегическое управление
3	Уровень младших менеджеров	В	Оперативное управление
4		Г	Традиционные

22. Установите соответствие элементов процесса принятия решения и его аспектов реализации продюсерских программ

1	Анализ, преобразование данных о ситуации	А	Юридический
2	Логические мыслительные операции	Б	Информационный
3	Выбор методов разработки решения	В	Психологический
4	Нормативно-правовое обеспечение решения	Г	Организационный
5		Д	Ситуационный

23. Установите соответствие феноменов и особенностей поведения участников принятия решений продюсерских программ

1	Деформация мышления	А	Самоцензура членов группы
2	Избегание лидерства	Б	Стремление индивидуализировать свое мнение без достаточной аргументации
3	Демонстративного несогласия	В	Стремление руководителя снизить свое участие в выработке решения (делегирование)
4		Г	Стремление присоединиться к мнению большинства группы

24. Любая система управления состоит из двух подсистем \_\_\_\_\_.

25. В наиболее общем виде \_\_\_\_\_ можно охарактеризовать как процесс, включающий в себя разработку основных направлений деятельности и развития организации, определение потребностей в ресурсах и средствах, необходимых для реализации указанных направлений, а также выбор методов и способов осуществления намеченных мероприятий.

26. \_\_\_\_\_ представляет собой выбор альтернативы, осуществленный руководителем в рамках его должностных полномочий и направленный на достижение целей организации.

27. \_\_\_\_\_ менеджмента рассматривает управленческое решение как процесс, состоящий из трех стадий: подготовка решения, принятие решения и реализация решения.

28. Ограниченное право распоряжаться ресурсами и определять действия работников организации – это \_\_\_\_\_.
29. \_\_\_\_\_ решения принимаются руководителем самостоятельно без согласования с другими работниками организации.
30. Организационное нормирование (\_\_\_\_\_) направлено на создание системы норм, правил, инструкций и регламентов, служащей базой для проектирования процессов на предприятии и управления ими.

**Комплект тестовых заданий для опроса в ходе проведения промежуточной аттестации  
во 10 семестре (для очной формы обучения) и  
в 10 семестре (для заочной формы обучения)**

1. Режиссерская экспликация – это:
- а) придание авторской индивидуальности сценарию;
  - б) разбор сценария на отдельные сцены и их детализация;
  - в) письменный документ, в котором режиссёр в свободной форме описывает свое художественное и организационное видение фильма;
  - г) раскадровка фильма для дальнейшего монтажа.
2. К внутренней среде относятся:
- а) поставщики, трудовые ресурсы, законы и учреждения государственного регулирования, потребители, конкуренты;
  - б) состояние экономики, изменения в политике, социальная культура, НТП, технологии, групповые интересы, международная среда;
  - в) цели, кадры, задачи, структура, технология, организационная культура;
  - г) планы, прогнозы, организационная структура, мотивация, контроль;
  - д) партнеры, персонал, социально-психологические условия.
3. К внешней среде организации непрямого действия относятся:
- а) поставщики, трудовые ресурсы, законы и учреждения государственного регулирования, потребители, конкуренты;
  - б) состояние экономики, изменения в политике, социальная культура, НТП, технологии, групповые интересы, международная среда;
  - в) цели, кадры, задачи, структура, технология, организационная культура;
  - г) планы, прогнозы, организационная структура, мотивация, контроль;
  - д) партнеры, персонал, социально-психологические условия.
4. Какие классические основы драматургии должна содержать телепрограмма?
- а) наличие драматического конфликта;
  - б) наличие действия;
  - в) наличие героев-персонажей;
  - г) наличие событийного сквозного действия со специфическими свойствами того или иного жанра;
  - д) зрелищно-изобразительные средства.
5. Внутренний процесс организации звукового материала, определяемый классическими структурными элементами драматургии - экспозицией, завязкой, развитием действия, кульминацией, развязкой и окончанием – это:
- а) динамика музыкального произведения;
  - б) композиция музыкального произведения;

- в) оригинальная музыкальная форма;
- г) темпо-ритм музыкального произведения.

6. Драматургической формой произведения музыкально-сценического жанра является:

- а) литературное либретто;
- б) литературное произведение;
- в) литературный сценарий;
- г) музыкальная партитура.

7. основополагающий драматургический компонент музыкального произведения, определяющий его неповторимый облик и смысл-это:

- а) музыкальная драматургия;
- б) музыкальный язык;
- в) музыкальная тема;
- г) музыкальная мысль.

8. Какое значение имеет термин «преквелификация» в работе продюсера?

- а) выбор актеров для ролей;
- б) подготовка монтажа сцен;
- в) оценка потенциальных рисков и проблем в проекте;
- г) создание музыкальной поддержки фильма.

9. Какие драматургические компоненты содержит в себе музыкальное произведение?

- а) идейно-тематический замысел;
- б) драматический конфликт;
- в) музыкальное действие;
- г) композиционное построение.

10. Какой принцип, возникший в недрах театрального искусства и театральной драматургии, является основой пограничных с искусством театра зрелищных искусств - эстрады, цирка, массовых представлений?

- а) принцип иллюстрации;
- б) принцип зрелищности;
- в) принцип драматизации;
- г) принцип трагедизации;
- д) принцип театрализации;
- е) принцип художественности.

11. Если управление рассматривает все процессы и явления в виде целостной системы, которая имеет новые качества и функции, которые отсутствуют у элементов, которые их составляют, то мы имеем дело с:

- а) поведенческим подходом.
- б) процессным подходом;
- в) ситуационным подходом;
- г) системным подходом;
- д) текущим подходом.

12. Укажите разновидности профессионального творческого мышления сценариста-постановщика в процессе создания культурно-досуговых программ?

- а). зрелищное мышление;
- б). конкурсное мышление;
- в). художественно-публицистическое мышление;
- г). ритмическое мышление;

- д). игровое мышление;
- е). обрядовое мышление;
- ж). фольклорное мышление.

13. Под планированием понимают:

- а). вид деятельности;
- б). отделённый вид управленческой деятельности, который определяет перспективу и будущее состояние организации;
- в). перспективу развития;
- г). состояние организации;
- д). интеграцию видов деятельности.

14. Что создает структуру управления организацией?

- а). совокупность линейных органов управления;
- б). совокупность функциональных служб;
- в). совокупность линейных и функциональных служб (органов);
- г). совокупность органов управления;
- д). совокупность программно-целевых служб.

15. Цели организации должны удовлетворить такие основные требования:

- а). достижимость, конкретность, ориентация во времени;
- б). достижимость и ориентация во времени;
- в). ориентация во времени и конкретность;
- г). достижимость;
- д). ориентация во времени.

16. Организационное планирование осуществляется:

- а). только на высшем уровне управления;
- б). на высшем и среднем уровнях управления;
- в). на среднем уровне управления;
- г). на всех уровнях управления;
- д). определение потребностей подчиненных.

17. Что означает термин «эксекютивный продюсер» в кинематографии?

- а). художественное руководство проектом;
- б). управление финансами и операционной деятельностью;
- в). написание сценария и диалогов;
- г). работа с компьютерной графикой и визуальными эффектами.

18. Что обеспечивает управленческая функция «мотивация»?

- а). достижение личных целей;
- б). побуждение работников к эффективному выполнению поставленных задач;
- в). исполнение принятых управленческих решений;
- г). обеспечение бесспорного влияния на подчиненного;
- д). побуждение работников к деятельности.

19. К основным составляющим элементам внутренней среды организации не относятся:

- а). потребители, конкуренты, законы;
- б). цели, задачи;
- в). персонал, технологии;
- г). структура управления;
- д). потребители.

20. Что следует понимать под миссией организации?

- а). основные задания организации;
- б). основные функции организации;
- в). основное направление деятельности;
- г). четко выраженные причины существования;
- д). основные принципы организации

21. Установите соответствие стилей руководства и форм взаимоотношений руководителя с подчиненными в продюсерской компании

1	Авторитарный	А	Игнорирование мнения подчиненных
2	Индивидуально-консультационный	Б	Утверждение решения выработанного подчиненными
3	Консультационно-групповой	В	Групповые консультации
4	Демократический	Г	Индивидуальные консультации
5		Д	Индивидуальные и групповые консультации

22. Установите соответствие между левым и правым столбцами

№	Суть принципов управления	№	Принципы
1	Благодаря реализации этого принципа можно уменьшить количество объектов, на которых каждый участник управленческого процесса концентрирует свое внимание	А	Ответственность и власть.
2	Предполагает наличие права отдавать приказы, а также силы, которая требует повиновения. Разделяют официальную (иногда ее называют должностной) и личную (ту, которая обоснована личными качествами) власть.	Б	Справедливость
3	. Предполагается, что вне зависимости от рода деятельности работник может получать приказы исключительно от одного должностного лица	В	Разделение труда.
4	Особенности административного менеджмента состоят в том, что руководитель любой компании должен попытаться вселить дух справедливости, которая объединяет все уровни скалярной цепи. Только благодаря этому можно быть уверенным в том, что персонал будет работать с максимальной отдачей и преданностью организации.	Г	Единство распоряжения

23. Сущность \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ методов состоит в том, что любая совместная деятельность людей должна быть надлежащим образом организована, т. е. спроектирована, нацелена, регламентирована, а также снабжена необходимыми инструкциями, фиксирующими правила поведения персонала в различных ситуациях .

24. \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ воздействие в отличие от экономических методов, действующих на объект управления косвенно, носит директивный характер (приказы, распоряжения), дает однозначное решение проблемы и прямо воздействует на поведение объекта управления.
25. В систему \_\_\_\_\_ входят конституционные и федеральные законы, указы президента, постановления правительства, государственные стандарты, положения, инструкции, методики и другие документы (нормативные акты), утвержденные органами федеральной и местной власти для обязательного применения на территории всей страны и ее отдельных субъектов..
26. Состав управленческих подразделений предприятия, а также отдельных руководителей и их регулярные информационные взаимосвязи по совместному осуществлению управленческой деятельности – это \_\_\_\_\_.
27. \_\_\_\_\_ менеджмента – обособленные устойчивые виды деятельности, выполняемые с целью организации работы и управления компанией.
28. Метод стратегического планирования, позволяющий свести воедино результаты анализа макросреды, конкурентной среды и внутреннего анализа организации – это \_\_\_\_\_.

## 8.2 Вопросы к зачету с оценкой

### Вопросы для подготовки к экзамену в 10 семестре (для очной формы обучения) и в 10 семестре (для заочной формы обучения)

1. Понятия «продюсер» и «продюсерское мастерство».
2. Основные функции продюсерской деятельности.
3. Личностные качества продюсера.
4. Сущность и цели продюсирования. Его преимущества и недостатки.
5. Маркетинг в деятельности продюсера.
6. Особенности создания продюсерской команды.
7. Система маркетинговых коммуникаций и их классификация.
8. Схем работы по продвижению культурных услуг.
9. Продюсирование как вид предпринимательской деятельности.
10. Основные технологии продюсерской деятельности.
11. Продюсерский центр.
12. Шоу-бизнес как «индустрия развлечений».
13. Структура коммерческой деятельности в сфере шоу-бизнеса.
14. Понятие «художественно-творческая продукция».
15. Продюсер и его должностные обязанности.
16. Понятие и сущность «event».
17. Виды и формы праздничных мероприятий.
18. Классификация культурно-досуговых программ.
19. Алгоритм работы по конструированию мероприятий.
20. Конструктор мероприятий.
21. Особенности составление пресс-релизов
22. Перформанс
23. Основные элементы праздничного мероприятия.
24. Заказчик и его требования.
25. Корпоративная культура.
26. Фестивальный менеджмент. Акции и презентации.
27. Особенности организации праздников и корпоративных мероприятий. Создание и реализация проекта.
28. Нормативно-правовые основы современного продюсера.

29. Подготовка кадров в арт-индустрии. Проблемы подготовки кадров в сфере арт-индустрии.
30. Менеджмент в деятельности продюсера.
31. Экономические и правовые условия продюсерской деятельности.
32. Особенности работы продюсера с заказчиком.
33. Анализ PR-кампании конкретного проекта.
34. В чем различие между конечными целями продюсера и заказчика?
35. «Социальный заказ», режиссерский замысел и сценарий будущей постановки как основа организации и планирования работы режиссерско-постановочной группы.
36. Смета и бизнес-план работ по подготовке и проведению музыкального представления.
37. Коммерческая деятельность продюсера, ее правовые основы.
38. Возмещение постановочных затрат культурно-досуговых программ.
39. Особенности российского шоу-бизнеса
40. Роль информации в шоу-бизнесе
41. Особенности PR в шоу-бизнесе
42. Основные PR-методы в шоу-бизнесе
43. ТВ как метод PR в сфере шоу-бизнеса
44. Метод организации турне и концертов
45. Работа с прессой как PR-метод
46. Бренд-билдинг
47. Фандрайзинг как способ финансирования проекта
48. Формы оплаты участников шоу-проекта
49. Роль кастинга в успехе шоу-проекта (на примере одного проекта)
50. Интернет-коммуникации



## 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 «Основы продюсерского мастерства» осуществляется студентами в ходе прослушивания лекций а также посредством самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

В рамках лекционного курса материал излагается в соответствии с рабочей программой. При этом преподаватель подробно останавливается на концептуальных темах курса, а также темах, вызывающих у студентов затруднение при изучении. В ходе проведения лекции студенты конспектируют материал, излагаемый преподавателем, записывая подробно базовые определения и понятия.

В ходе проведения лекционных занятий студенты отвечают на вопросы, вынесенные на самостоятельную подготовку, осуществляют коллективную дискуссию по конкретной проблематике. В их основе лежит индивидуальная или групповая работа обучающихся.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции самостоятельная работа студентов и консультации.

При проведении различных видов занятий используются интерактивные формы обучения:

Занятия	Используемые интерактивные образовательные технологии
Лекции	Кейс-метод (разбор конкретных ситуаций), дискуссии, коллективное решение творческих задач. Интерактивные вебинары – традиционная лекция с дискуссией, разбором, демонстрацией слайдов или фильмов. Голосование, опросы – обсуждение, в ходе которого ученики активно включаются в поиск истины, открыто делятся мнениями и учатся аргументировать свою точку зрения. Мозговой штурм – совместное генерирование идей и поиск нестандартных творческих решений. Проекты – самостоятельная работа над поставленной задачей. Тренинги – совместный поиск решения проблемы с последующим обсуждением.

## 10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
<b>Теоретические вопросы для устного опроса в ходе собеседования</b>	
отлично (5)	Студент в полном объеме владеет материалом по изучаемой теме. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения
хорошо (4)	Студент знает материал по изучаемой теме, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок.
удовлетворительно (3)	Студент не в полном объеме знает материал по изучаемой теме, допускает неточности, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части материала по изучаемой теме. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.
<b>Контрольная работа (ЗФО)</b>	
зачтено	Работа демонстрирует достаточный уровень знаний студента, овладевшего элементами компетенции «знать» и «уметь». Если в контрольной работе присутствуют все структурные элементы, вопросы по заданному варианту раскрыты полно или имеются незначительные ошибки, изложение материала логично, выводы аргументированы. В списке источников достаточное количество позиций, нет грубых ошибок в его оформлении.
не зачтено	Контрольная работа демонстрирует неудовлетворительный уровень знаний студента, не овладевшего ни одним из элементов компетенции, т.е. обнаружившего существенные пробелы в знании основного программного материала по дисциплине, допустившего принципиальные ошибки при применении теоретических знаний. Если контрольная работа, выполнена небрежно, не по заданному варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению. В списке источников не достаточное количество позиций, имеются грубые ошибки в его оформлении.
<b>Тестовое задание</b>	
отлично (5)	Студент ответил на 85-100% вопросов.
хорошо (4)	Студент ответил на 55-84% вопросов.
удовлетворительно (3)	Студент ответил на 30-54% вопросов.
неудовлетворительно	Студент ответил на 0-29% вопросов.

(2)	
<b>Итоговая аттестация (зачет с оценкой)</b>	
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.

## 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 / Т. В. Артемьева, Г. Л. Тульчинский. — М. : Лань, 2010. — 284 с.
2. Атанесян, А. Краткая инструкция для начинающего продюсера / А. Атанесян. — 2-е изд. — М. : ЛОКИД-пресс, 2007. — 131 с.
3. Довгаль, Д. Правда музыкального бизнеса / Д. Довгаль. — М. : Music Generation UA, 2010. — 45 с.
4. Доценко, Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. — М. : ЧеРо, 1997. — 344 с.
5. Грачев, Г. Манипулирование личностью : Организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия / Г. Грачев, И. Мельник. — М. : Алгоритм, 2012. — 153 с.
6. Гоулман, Д. Эмоциональное лидерство: Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта / Д. Гоулман. — 3-е изд. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. — 301 с.
7. Корнеева, С. М. Музыкальный менеджмент : учеб. пособие / С. М. Корнеева. — М. : Юнити-Дана, 2006. — 303 с.
8. Михайлов, В. Карьера в музыкальной индустрии / В. Михайлов. — [б. м.] : [б. и.], 2009. — 221 с.
9. Тульчинский Г. Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина. — СПб. : Планета музыки, 2010. — 384 с.
10. Шмитт, Б. Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений / Б. Шмитт, Д. Роджерс, К. Вроцос. — М. : Вильямс, 2005. — 400 с.

### Дополнительная литература:

1. Айзеншпис, Ю. Зажигающий звёзды / Ю. Айзеншпис. - М. : Алгоритм, 2005. - 380 с.
2. Апфельбаум, С. Связи с общественностью в сфере исполнительного искусства / С. Апфельбаум, Е. Игнатьева. - М. : Классика-XXI, 2003. - 140 с.
3. Бурлаков, Л. Экономика шоу- бизнеса (лекции). - 2003.
4. Готовцев, Л. И. Правда о шоу-бизнесе / Л. И. Готовцев. - М. : Рипол Классик, 2004. - 368 с.
5. Грин, Э. Креативность в публичных рилейшнз / Э. Грин. - СПб. : Нева, 2004. - 256 с.
6. Гуревич, П. С. Приключения имиджа: технология создания телевизионного образа и парадоксы его восприятия / П. С. Гуревич. - М. : Искусство, 1991. - 347 с.
7. Давидсон, В. Технология имиджа / В. Давидсон, В. Пасечник. - Кишинев: Улим, 1999. - 245 с.
8. Доценко, Е. Л. Психология манипуляции. Феномены, механизмы, защита / Е. Л. Доценко. - М.: МГУ, 1996. - 344 с.
9. Жданова, Е. И. Управление и экономика в шоу-бизнесе : учеб. пособие / Е. И. Жданова. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 176 с.
10. Коновалов А.В. Маленькие секреты большого шоу-бизнеса. - СПб.: Питер, 2005. - 188 с.

11. Корнеева, С. М. Как зажигают звезды : Технологии музыкального продюсирования / С. М. Корнеева. — СПб. : Питер, 2004. — 320 с.
12. Ньюсом, Д. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз / Д. Ньюсом, Д. Терк, Д. Крукеберг. - М. : Инфра-М, 2001. - 628 с.
13. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера : учеб. для вузов / под ред. Г. П. Иванова, П. К. Огурчикова, В. С. Сидоренко. - М. : ЮНИАТИ-ДАНА, 2003. - 719 с.
14. Панасов, И. В. Шоу-бизнес / И. В. Панасов. - М. : ЭКСМО, 2004. - 384 с.
15. Перелыгина, Е. Б. Психология имиджа / Е. Б. Перелыгина. - М. : Аспект-Пресс, 2002. - 224 с.
16. Пригожин, И. И. Политика - вершина шоу-бизнеса / И. И. Пригожин. - М. : Алкигамма, 2001. - 320 с.
17. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. - М. : ИМИДЖ-Контакт, 2002. - 493 с.
18. Поршневу, А. Г. Маркетинг : учеб. пособие для вузов / А. Г. Поршневу, Г. Л. Азоев. - М. : ЗАО Финстатинформ, 1999. - 89 с.
19. Раззаков, Ф. И. За кулисами шоу-бизнеса / Ф. И. Раззаков. - М. : АСТ, 2004. - 943 с.
20. Рюмшина, Л. И. Манипулятивные приемы в рекламе / Л. И. Рюмшина. - М. : МарТ, 2004. - 345 с.
21. Слободянюк, Э. Персональный имидж. Имиджмейкинг в системе public relations / Э. Слободянюк // Зеркало рекламы. - 2004. - № 5.
22. Фадеева, Е. И. Тайна имиджа / Е. И. Фадеева. - М. : Европейский гуманитарный университет, 2002. - 128 с.
23. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: теория и практика: Учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Дело, 2008. — 560 с.

#### **Интернет- ресурсы:**

24. Свободная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org>
25. Мир словарей [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://mirslovarei.com>
26. Энциклопедии и словари [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://academic.ru>
27. Фундаментальная электронная библиотека [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://feb-web.ru>
28. Крупнейший энциклопедический ресурс интернета [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://rubricon.com>
29. Книги, статьи по шоу-бизнесу и продюсированию, музыкальный маркетинг, PR, музыкальный менеджмент [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://lexamusic.com>
30. Статьи и книги по шоу-бизнесу, маркетинг в сфере культуры, менеджмент в сфере шоу-бизнеса, реклама. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://cultureworld.ru> Шоу бизнес и имиджмейкинг [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://studopedia.org/6-17038.html>
31. Шоу и продюсирование. Практические видео материалы. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.youtube.com/playlist?list=PL6BC53F721D7F32ED>
32. Иосиф Пригожин «Политика - вершина шоу-бизнеса» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://guru.global-project.ru/prigozhin/>
33. Статьи мастер-классы [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://muzkontakt.ru/articles/cat/masterclass/>
34. Исполнителю о саунд продюсерах. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.music-from.com/producer/producers.htm>

35. 551. Музыкальные порталы [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://miche.titla.info/?site=lexamusic25qox3ynzeit&k=2>

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

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. Для проведения лекционных и практических занятий используются специализированное оборудование, учебный класс, который оснащён аудиовизуальной техникой для показа лекционного материала и презентаций.

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.