

СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студента является формой освоения дисциплины, позволяющей студенту закрепить знания и навыки, полученные в ходе лекционных и практических занятий. В процессе самостоятельной работы студент руководствуется материалами лекций и рекомендованной литературой, осуществляет самостоятельный поиск и анализ литературных и интернет источников по сформулированным преподавателем вопросам для самостоятельной работы. Собранные и изученные в ходе самостоятельной работы материалы студент использует для подготовки ответов на вопросы семинаров и практических занятий, контрольных работ и экзамена.

Подготовка к практическим занятиям по дисциплине «История продюсирования» включает следующие этапы: конспектирование литературных источников по теме практического занятия, подготовка к выступлению на занятиях по предложенным вопросам, выполнение самостоятельной работы над комплексом вопросов, подготовка докладов.

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 презентации, доклада по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к семинарским занятиям;
- для студентов заочной формы обучения – выполнение контрольной работы;
- подготовка к зачету, экзамену.

7.1. ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

(I–II СЕМЕСТР)

Раздел 1. История зарубежного продюсирования в кино и на телевидение.

Тема 1. Введение в дисциплину.

1. Предпосылки возникновения продюсерской деятельности.
2. Возможность тиражирования произведений искусства.
3. Спрос аудитории на массовую продукцию и готовность платить за нее.
4. Появление точек продаж для приобщения к массовой экранной культуре.

Терминологический минимум: аудитория/публика, продюсер, продюсерская деятельность, массовая продукция, массовая культура, тиражирование.

Выполнить:

1. План-конспект лекции.
2. План письменного заключения по просмотренному фильму (выразить идею; краткое содержание, жанр, социальную значимость, позицию авторов фильма нравственным нормам, зрительская аудиторию, сюжетную линию, оригинальность сюжета, характеры персонажей в фильме, дать оценку диалогам, постановке, режиссерской и операторской работе, музыкальному сопровождению, игре актеров, монтажу, следует рекламировать и прокатывать данную картину)
3. Терминологический минимум: аудитория/публика, продюсер, продюсерская деятельность, массовая продукция, массовая культура, тиражирование.

Литература: [1. – С.10–12].

Тема 2. Американский опыт продюсирования в кино.

1. Социально-исторические причины развития американского массового кино на рубеже XIX–XX вв.
2. Находки (приемы, методы и технологии), впоследствии – универсальные бизнес-стратегии американского кинематографа.
3. Роль Т. Эдисона, А. Цукора, К. Леммле, М. Лоева и других в становлении продюсерской деятельности в кино.
4. Первые кинопродюсеры и киномагнаты.
5. Кодекс Хейса.
6. Кодекс Валенти.
7. Вызовы индустрии и стратегии борьбы Голливуда за лидерство в мировом медиапространстве.

Терминологический минимум: бизнес-стратегия, кинопродюсер, кинематограф, массовое кино, медиапространство.

Выполнить:

1. План-конспект лекции.
2. Обобщить в таблицу открытия (стратегии и тактики) голливудских кинопредпринимателей с конца XIX в. по настоящее время в хронологической последовательности.
3. Подготовить презентацию с использованием информационных технологий эффективных стратегических и тактических решений кинопродюсеров Голливуда.
4. Терминологический минимум: бизнес-стратегия, кинопродюсер, кинематограф, массовое кино, медиапространство.

Литература:[1. – С.10–12].

Тема 3. Зарубежный опыт продюсирования на телевидении.

1. США – родина телепродюсирования.
2. WNBT – первая коммерческая телестанция.
3. Внедрение NBC «журнальной концепции» для рекламодателей (1951).
4. Становление продюсерской деятельности на американском телевидении как результат развития «спроса – предложения».
5. Ведущие американские телесети.
6. Традиционные и новые актуальные технологии продюсирования в телеиндустрии США, Европы.
7. США как лидер рекламного рынка мира, крупнейший экспортер телепроектов.

Выполнить:

1. План-конспект лекции.
2. Подготовить обзор 50 величайших телешоу всех времен по версии TV Guide. Выступление должно сопровождаться мультимедийной презентацией (Power Point или др.) и видеоподборкой телепроектов.

Литература:[1. – С.10–12].

(III СЕМЕСТР)

РАЗДЕЛ 2. ИСТОРИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРОДЮСИРОВАНИЯ.

Тема 1. Становление продюсерской деятельности в России.

1. Продюсирование как предпринимательство в области культуры и искусства в период с конца XIX в. по 1917 г.
2. Роль С. Дягилева, А. Ханжонкова, А. Дранкова, М. Трофимова, М. Алейникова в становлении продюсерской деятельности.

Выполнить:

1. План-конспект лекции.
2. Сделать подборку продюсерских работ С. Дягилева, А. Ханжонкова, А. Дранкова, М. Трофимова, М. Алейникова и подготовить их библиографическое описание.
3. Обобщить деятельность отечественных телепроизводителей на пути возрождения продюсерской деятельности. Создать историографическую карту развития отечественного продюсерского кино и телевидения в соответствии с названными периодами. Обозначить и раскрыть ключевые точки роста, конкретизируя вклад отдельных продюсеров и событий в становление отечественного медиабизнеса в кино и на телевидении.

Литература: [1. – С.10–12].

Тема 2. Унификация, стандартизация и монополизация в советской модели продюсирования в кино и на телевидении.

1. Государственная вещательно-производственная монополия Советского государства как инструмент свертывания свободы продюсирования в 1917–1991 гг.
2. Государство – главный и единственный продюсер художественной жизни советского общества.
3. Роль Государственного комитета СССР по кинематографии и Государственного комитета по телевидению и радиовещанию при Совете министров СССР в регулировании деятельности советского кино и телевидения.

Выполнить:

1. План-конспект лекции.
2. Подготовить выступление о деятельности популярных российских продюсеров, работающих для «малого экрана». Например, об успехах А. Аконова, Т. Вайнштейна, В. Галыгина, В. Дусмухаметова, П. Корчагина, А. Левина, Г. Мартиросяна, В. Муругова, А. Роднянского, С. Сельянова, Д. Троицкого, А. Файмана, А. Цекало и др. (наличие мультимедийной поддержки при выступлении обязательно).

Литература: [1. – С.10–12].

Тема 3. Продюсирование в кино и на телевидении в условиях российской рыночной экономики.

1. Возрождение продюсирования в условиях рыночной экономики Российского государства с 1991 г.
2. Создание первых акционерных обществ.
3. «Национальная ассоциация телевещателей».

4. Реклама как основной инструмент развития телерынка.
5. Этапы превращения телевизионной продукции в товар.
6. Продюсерские центры как независимые субъекты телерынка.
7. Основные направления развития рынка отечественной продюсерской телепродукции.
8. Ведущие тренды развития продюсерской деятельности на отечественном телевидении.
9. Факторы, обуславливающие отставание российских телепродюсеров от Запада.
10. Динамика развития кинопродюсерской деятельности в России.
11. Факторы, снижающие результативность отечественного продюсерского кинематографа.
12. Перспективные направления повышения эффективности продюсирования в отечественной кинематографии.

Выполнить:

1. План-конспект лекции.
2. Подготовить выступление о деятельности региональных телепродюсеров. Например, о П. Михайлове, А. Слезко, Е. Мыслицкой, О. Шевченко, П. Сумском, О. Раковиче и др. (наличие мультимедийной поддержки при выступлении обязательно).

Литература: [1. – С.10–12].