

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И МОЛОДЕЖИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОУК ЛНР «ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ М. МАТУСОВСКОГО»**

Кафедра межкультурной коммуникации и иностранных языков

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 – А.Н. Кулиш
 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ**

Уровень основной образовательной программы – бакалавриат

Направление подготовки – 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль – Арт-продюсирование и межкультурная коммуникация

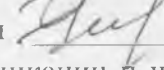
Статус дисциплины – базовая

Учебный план 2020 года

Описание учебной дисциплины по формам обучения

Очная								Заочная								
Курс	Семестр	Всего час. / авт. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ. (семинарские)	Самост. работа, час.	Формы контроля	Курс	Семестр	Всего час. / авт. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ. (семинарские)	Самост. работа, час.	Контрольная работа	Формы контроля
		108/3	36	18	18	72	Зачет			108/3	12	6	6	92		Зачет
Всего		108/3	36	18	18	72	Зачет	Всего		108/3	12	6	6	92		Зачет

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ООП ГОУ ВО.

Программу разработал  В.В. Унукович, профессор, заведующий кафедрой межкультурной коммуникации и иностранных языков, доцент, кандидат филологических наук

Рассмотрено на заседании кафедры межкультурной коммуникации и иностранных языков (ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. Матусовского»)

Протокол № 1 от 28.08 2020 г. Зав. кафедрой  В.В. Унукович

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Введение в специальность» является базовой частью дисциплин ООП ГОС ВО (уровень бакалавриата) и адресована студентам 1 курса (2 семестр) направления подготовки 50.03.01 «Искусства и гуманитарные науки», профиль «Арт-продюсирование и межкультурная коммуникация» ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского». Дисциплина реализуется кафедрой межкультурной коммуникации и иностранных языков.

Курс знакомит студентов с основными понятиями и терминологией профессиональной деятельности; правильной интерпретации конкретных проявлений коммуникативного поведения в различных культурах; изучение процессов и тенденций в социокультурной деятельности.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов.

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

- устная (устный опрос, доклад по результатам самостоятельной работы и т. п.);
- письменная (письменный опрос, выполнение тестов и т. д.).

Итоговый контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3,0 зачетных единиц, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 18, практические занятия – 18 часов, самостоятельная работа – 72 часа.

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью курса является освоение теоретических основ продюсирования и межкультурной коммуникации в сфере художественно-зрелищного обслуживания, концертной деятельности государственных и негосударственных организаций, а также культурно-развлекательного бизнеса; овладение практическими умениями и навыками организации шоу-представлений, гала-концертов, гастролей творческих коллективов.

Задачи дисциплины:

- сформировать навыки критического осмысления явлений социальной и культурной жизни, развития навыков поиска и анализа информации;
- сформировать умения использовать основные положения и методы социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач;
- вооружить умением анализа социально-значимых проблем и процессов; дать представление о создании художественного произведения.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина «Введение в специальность» включена в базовую часть. Данному курсу должно предшествовать/сопутствовать изучение таких дисциплин, как «Языки межкультурной коммуникации», «История мирового театра», «Основы языкознания».

Изучение дисциплины «Введение в специальность» способствует успешному овладению студентами таких дисциплин как «Теория межкультурной коммуникации», «Литература стран изучаемых языков», «История продюсирования», «Основы теории речевой коммуникации», «Коммуникативные стратегии», «Маркетинговые коммуникации в сфере культуры».

В программе учтены межпредметные связи с другими учебными дисциплинами.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций в соответствии с ГОС ВО направления 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки.

Общекультурные компетенции (ОК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОК–1	готовностью к критическому осмыслению явлений социальной и культурной жизни, способностью к поиску и анализу информации, постановки цели и выбору путей ее достижения;

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОПК–4	способностью использовать основные положения и методы социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач, анализировать социально-значимые проблемы и процессы;

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ПК–7	способностью самостоятельно или в составе творческой группы создавать художественные произведения.

В результате изучения дисциплины студент должен **знать**:

- особенности культурной индустрии;
- сущность продюсирования как социокультурного феномена;
- основные тенденции арт-индустрии в эпоху цифровых коммуникаций;

Овладев курсом, студенты должны **уметь**:

- самостоятельно или в составе творческой группы создавать художественные;
- анализировать социально-значимые проблемы и процессы в развитии творческой индустрии;
- проводить деловые переговоры, учитывая культурные особенности контакторов;

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия разделов и тем	Количество часов							
	очная форма				заочная форма			
	всего	в том числе			всего	в том числе		
		л	пр.	с.р.		л	пр.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Тема 1. Введение в курс «Арт-продюсирование и межкультурная коммуникация»	12	2	2	8		2		10
Тема 2. Становление арт-продюсирования за рубежом	12	2	2	8				12
Тема 3. Арт-продюсирование в системе мировой арт-индустрии	12	2	2	8			2	10
Тема 4. Нормативно правовая база деятельности арт-продюсера	12	2	2	8				12
Тема 5. Этика арт-продюсирования	12	2	2	8		2		10
Тема 6. Межкультурные компетенции в арт-продюсировании	12	2	2	8				12
Тема 7. Профессионализм и мастерство арт-продюсера	12	2	2	8			2	10
Тема 8. Особенности создания арт-проектов за рубежом	12	2	2	8			2	12
Тема 9. Цифровые технологии в сфере арт-продюсирования и межкультурной коммуникации	12	2	2	8		2		12
Всего:	108	18	18	72	108	6	6	96

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение в курс «Арт-продюсирование и межкультурная коммуникация».

Понятие культурной индустрии. Социо-культурная деятельность и ее место в культуре. Сущность и специфика продюсирования как социокультурного феномена. Роль межкультурной компетенции в деятельности продюсера.

Тема 2. Становление арт-продюсирования за рубежом.

Предпосылки возникновения продюсерской деятельности. Технические и коммуникативные возможности тиражирования произведений искусства. Массовая экранная культура. Досуг и культурно-досуговая деятельность.

Тема 3. Арт-продюсирование в системе мировой арт-индустрии.

Основные факторы развития современной культурной индустрии. «Культура соучастия»: основные исследовательские подходы к проблеме взаимоотношений искусства и медиа. Экономика города и создание творческой среды. Трансмедиа-сторителлинг: границы и перспективы. Проблема «культурного доминирования».

Тема 4. Нормативно правовая база деятельности арт-продюсера.

Проблема определения правового статуса продюсера в странах англо-американского права. Понятие ответственного лица за организацию процесса создания и продвижения культурного продукта. Субъекты интеллектуального права. Авторское право.

Тема 5. Этика арт-продюсирования.

Категория «профессиональная этика». Профессиональная этика продюсера. Этические нормы продюсера. Компетентность, личностные, деловые и профессиональные качества продюсера.

Тема 6. Межкультурные компетенции в арт-продюсировании.

Формирование межкультурной компетенции средствами социокультурной деятельности. Менеджмент и межкультурная коммуникация: проблема соотношения. Международная интеграция как фактор повышения конкурентоспособности организации досуга.

Тема 7. Профессионализм и мастерство арт-продюсера.

Виды социокультурного менеджмента и функции ппродюсирования. Задачи продюсера в цифровую эпоху. Особенности ведения деловых переговоров в арт-менеджменте. Субъекты социокультурной деятельности. Менеджмент социокультурной деятельности.

Тема 8. Особенности создания арт-проектов за рубежом.

Сущность проекта и социокультурного проектирования. Технологические новации социокультурного проектирования. Значение социокультурного воспитательного пространства в социокультурном проектировании образования.

Тема 9. Цифровые технологии в сфере арт-продюсирования и межкультурной коммуникации.

Цифровизация и новая коммуникационная структура общества. Понятие «non-stop culture», «мультимедиа», «кроссмедиа» и «трансмедиа». Продюсирование «истории» как основная медиатехнология творческой индустрии. Инструменты постмодернизма и продвижение культурных продуктов.

7. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов подразумевает работу под руководством преподавателя (консультации, помощь в выполнении программы) и индивидуальную работу студента, выполняемую в том числе в компьютерном классе с выходом в Интернет и читальных залах Академии.

При реализации образовательных технологий используются следующие виды самостоятельной работы:

- работа с конспектом занятия (обработка текста);
- работа над учебным материалом учебника;
- творческая работа;
- поиск информации в сети «Интернет»;
- подготовка к сдаче зачета.

7.1. ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Тема 1. Введение в курс «Арт-продюсирование и межкультурная коммуникация»

1. Понятие культурной индустрии.
2. Социокультурная деятельность и ее место в культуре.
3. Сущность и специфика продюсирования как социокультурного феномена.
4. Роль межкультурной компетенции в деятельности продюсера.

Терминологический минимум: культурная индустрия, социокультурная деятельность, индустрия досуга, культура, коммуникация.

Выполнить:

1. Определить соотношение концептуальных понятий творческих и креативных индустрий.
2. Каким образом уровень развития общества влияет на реализацию культурных проектов по развитию современных культурных форм?
3. Знать терминологический уровень и уметь оперировать им в процессе определения места социокультурной деятельности в системе культуры.
4. Почему продюсирование рассматривается как социокультурный феномен?
5. Уметь определить понятие межкультурная компетенция и выделять важные качества продюсера.

Литература: [1 – С. 84-86; 2 – С. 14-16; 3 – С. 40-45; 4 – С. 5-36; 5 – С.8-15; 10 – С. 7-8]

Тема 2. Становление арт-продюсирования за рубежом

1. Предпосылки возникновения продюсерской деятельности.
2. Технические и коммуникативные возможности тиражирования произведений искусства.
3. Массовая экранная культура.
4. Досуг и культурно-досуговая деятельность.

Терминологический минимум: продюсерская деятельность, массовая культура, экранная культура, досуг, культурно-досуговая деятельность.

Выполнить:

1. Знать структуру и закономерности развития социокультурной системы.
2. Определить роль человека в социокультурной системе.
3. Уметь применять терминологический минимум при выявлении содержательного смысла социокультурных преобразований.

4. Выучить основные этапы становления продюсирования за рубежом.
5. Изучить особенности массовой экранной культуры.
6. Прочитать статью Суминовой Т.Н. «Продюсер: сущность и специфика социокультурного феномена» и тезисно выделить основные идеи.

Литература: [2 – С. 22-23, 79-83; 3 – С. 156-168; 4 – С.86-91; 5 – С. 14-63].

Тема 3. Арт-продюсирование в системе мировой арт-индустрии

1. Основные факторы развития современной культурной индустрии.
2. «Культура соучастия»: основные исследовательские подходы к проблеме взаимоотношений искусства и медиа.
3. Экономика города и создание творческой среды.
4. Трансмедиа-сторителлинг: границы и перспективы.
5. Проблема «культурного доминирования».

Терминологический минимум: культура соучастия, культурное доминирование, трансмедийный сторителлинг, творческая среда, менеджмент.

Выполнить:

1. Изучить сущность технологии сбалансированного управления.
2. Выделить основные позитивные и негативные последствия автоматизации для процессов управления.
3. Знать базовые принципы преобразования западного менеджмента.
4. Уметь определить роль продюсера в культурной революции.
5. Изучить сущность досуга и культурно-досуговой деятельности. Игровой подход в сфере культурно-досуговой деятельности.
6. Знать основные исследовательские подходы к проблеме взаимоотношений искусства и медиа.
7. Подготовить сообщение по трансмедийному сторителлингу как комплексу алгоритмов работы с несколькими платформами.

Литература: [1 – С. 12-15; 2 – С. 89-93; 3 – С. 40-100; 4 – С. 37-57].

Тема 4. Нормативно правовая база деятельности арт-продюсера

1. Проблема определения правового статуса продюсера в странах англо-американского права.
2. Понятие ответственного лица за организацию процесса создания и продвижения культурного продукта.
3. Субъекты интеллектуального права.
4. Авторское право.

Терминологический минимум: авторское право, смежные права, интеллектуальная собственность, патент, исключительное право, аудиовизуальное произведение.

Выполнить:

1. Иметь представление о сущности субъектов интеллектуального права.
2. Уметь различать понятие авторское и смежное право.
3. Подготовить (устно) ответы по плану семинара.

Литература: [3 – С. 146-155; 10 – С. 135-138].

Тема 5. Этика арт-продюсирования

1. Категория «профессиональная этика».
2. Профессиональная этика продюсера.

3. Этические нормы продюсера.
4. Компетентность, личностные, деловые и профессиональные качества продюсера.

Терминологический минимум: профессиональная этика, трудовая этика, этические нормы, мораль, нравственность, арт-бизнес, эстетика.

Выполнить:

1. Подготовить доклад (письменно) на тему: «Нормы поведения на арт-рынке».
2. Подготовить (устно) ответы по плану семинара.

Литература: [1 – С. 60-68; 2 – С. 284-290; 4 – С.20-28; 5 – С.89-107; 15].

Тема 6. Межкультурные компетенции в арт-продюсировании

1. Формирование межкультурной компетенции средствами социокультурной деятельности.
2. Менеджмент и межкультурная коммуникация: проблема соотношения.
3. Международная интеграция как фактор повышения конкурентоспособности организации досуга.

Терминологический минимум: менеджмент, арт-рынок, интеграция, личностно-ориентированный подход, межкультурная компетенция, установка, стратегия.

Выполнить:

1. Дайте ответы по плану семинара.
2. Напишите эссе (письменно) на тему: «Умение межкультурной коммуникации у будущих специалистов в сфере искусств и культуры».

Литература: [2 – С. 267-270; 295-298; 4 – С.91-95].

Тема 7. Профессионализм и мастерство арт-продюсера

1. Виды социокультурного менеджмента и функции продюсирования.
2. Задачи продюсера в цифровую эпоху.
3. Особенности ведения деловых переговоров в арт-менеджменте.
4. Субъекты социокультурной деятельности.
5. Менеджмент социокультурной деятельности.

Терминологический минимум: социокультурный менеджмент, арт-рынок, массовизация, демассификация, медиатизация, информационное общество, субъект социокультурной деятельности.

Выполнить:

1. Подготовить устно ответы на вопросы семинара.
2. Подготовиться к дискуссии на тему: «Мультимедийные и трансмедийные возможности продвижения культурного продукта».

Литература: [1 – С. 84-92; 2 – С. 37-42; 4 – С. 70-95; 10 – С. 104-111; 165-178].

Тема 8. Особенности создания арт-проектов за рубежом

1. Сущность проекта и социокультурного проектирования.
2. Технологические новации социокультурного проектирования.
3. Значение социокультурного воспитательного пространства в социокультурном проектировании образования.

Терминологический минимум: социокультурное проектирование; продюсирование, инновации, традиция, проект.

Выполнить:

1. Подготовить устно ответы на вопросы семинара.
2. Привести примеры влияния технологических новаций на культурно-досуговую деятельность человека».

Литература: [[2](#) – С. 295-299;].

Тема 9. Цифровые технологии в сфере арт-продюсирования и межкультурной коммуникации

1. Цифровизация и новая коммуникационная структура общества.
2. Понятие «non-stop culture», «мультимедиа», «кроссмедиа» и «трансмедиа».
3. Продюсирование «истории» как основная медиатеchnология творческой индустрии.
4. Инструменты постмодернизма и продвижение культурных продуктов.

Терминологический минимум: non-stop culture, мультимедиа, кроссмедиа, трансмедиа, постмодернизм, культурный продукт.

Выполнить:

1. Подготовить (устно) ответы по плану семинара.
2. Подготовить сообщение на любой вопрос семинара.

Литература: [[1](#) – С. 371-399; [4](#) – С.63-69, 91-96; [5](#) – С. 89-108; 88 – С. 35-52; [10](#) – С. 115-132].

7.2. ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Продюсирование как управленческая деятельность.
2. Нравственные аспекты продюсирования.
3. Организация продвижения культурного продукта.
4. Реклама культурного продукта.
5. Современный телевизионный рынок.
6. Исследование рынка потребителей.
7. Тенденции и перспективы развития кинематографа.
8. Перспективы книжного бизнеса.
9. Поиск идеи для проекта.
10. Презентация творческого проекта.
11. Особенности отечественного шоу-бизнеса.
12. Авторское право в работе продюсера.
13. Зрительские предпочтения.
14. Тенденции развития культурно-досуговой индустрии.
15. Значение досуга в жизни человека.

7.3. ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольная работа выполняется студентами **заочной формы обучения**. Для выполнения задания необходимо изучить литературу по теме и оформить ее в соответствии с планом. Изложение должно отличаться композиционной четкостью, логичностью, грамотностью.

Контрольная работа выполняется студентами **заочной формы обучения**.

Требования к выполнению контрольной работы:

Работа делается в тетради на 10-15 листах формата А-4.

Для выполнения задания необходимо изучить литературу по теме и оформить ее в соответствии с планом. Изложение должно отличаться композиционной четкостью, логичностью, грамотностью.

Вариант 1

1. Понятие «non-stop culture», «мультимедиа», «кроссмедиа» и «трансмедиа».
2. Особенности ведения деловых переговоров в арт-менеджменте.

Вариант 2

1. Элитарная культура как антипод массовой культуры.
2. Инструменты постмодернизма и продвижение культурных продуктов.

Вариант 3

1. Виды социокультурного менеджмента и функции продюсирования.
2. Проблема определения правового статуса продюсера в странах англо-американского права.

Вариант 4

1. Трансмедиа-сторителлинг: границы и перспективы.
2. Продюсирование «истории» как основная медиатехнология творческой индустрии.

Вариант 5

1. Инструменты постмодернизма и продвижение культурных продуктов.
2. Менеджмент и межкультурная коммуникация: проблема соотношения.

Вариант 6

1. Международная интеграция как фактор повышения конкурентоспособности организации досуга.
2. Компетентность, личностные, деловые и профессиональные качества продюсера.

Вариант 7

1. Субъекты социокультурной деятельности.
2. Экономика города и создание творческой среды.

Вариант 8

1. Основные факторы развития современной культурной индустрии.
2. Этические нормы продюсера.

Вариант 9

1. Формирование межкультурной компетенции средствами социокультурной деятельности.
2. Понятие ответственного лица за организацию процесса создания и продвижения культурного продукта.

Вариант 10

1. «Культура соучастия»: основные исследовательские подходы к проблеме взаимоотношений искусства и медиа.
2. Цифровизация и новая коммуникационная структура общества.

Вариант 11

1. Менеджмент социокультурной деятельности.
2. Задачи продюсера в цифровую эпоху.

Вариант 1

1. Категория «профессиональная этика».
2. Проблема «культурного доминирования».

Вариант 13

1. Предпосылки возникновения продюсерской деятельности.
2. Роль межкультурной компетенции в деятельности продюсера.

Вариант 14

1. Технические и коммуникативные возможности тиражирования произведений искусства.
2. Авторское право.

Вариант 15

1. Досуг и культурно-досуговая деятельность.
2. Сущность и специфика продюсирования как социокультурного феномена.

7.3. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Сущность социокультурной деятельности.
2. Функции и принципы социокультурной деятельности.
3. Социокультурная среда.
4. Особенности социокультурной деятельности.
5. Игра в сфере культурно-досуговой деятельности.
6. Субъекты социокультурной деятельности.
7. Элитарная и массовая культура.
8. Продюсирование как социокультурный феномен.
9. Этапы становления продюсирования.
10. Массовое производство: старый и новый стиль.
11. Философия менеджмента.
12. Кризис концепции единого управления.
13. Новые технологии арт-менеджмента.
14. Роль межкультурной компетенции в деятельности продюсера.
15. Предпосылки возникновения продюсерской деятельности.
16. Технические и коммуникативные возможности тиражирования произведений искусства.
17. Основные факторы развития современной культурной индустрии.
18. Экономика города и создание творческой среды.
19. Трансмедиа-сторителлинг: границы и перспективы.
20. Проблема «культурного доминирования».
21. Проблема определения правового статуса продюсера в странах англо-американского права.
22. Понятие ответственного лица за организацию процесса создания и продвижения культурного продукта.
23. Субъекты интеллектуального права.
24. Авторское право.
26. Профессиональная этика продюсера.
27. Этические нормы продюсера.
28. Функции социального времени.
29. Человеческие потребности в культурно-досуговой деятельности.
30. Саморегуляция и социальная направленность деятельности.
31. Регулирование современных культурных процессов.
32. Организационная культура и корпоративное управление.
33. Социокультурная адаптация личности к изменениям в экономической секторе.
34. Закономерности развития социокультурной системы.
35. Новые парадигмы государственного управления в культуре.
36. Новое организационно-культурное пространство.
37. Правовой статус учреждений культуры.
38. Причины кризиса киноиндустрии.
39. Трансформация шоу-бизнеса.
40. Цифровизация и новая коммуникационная структура общества.
41. Понятие «non-stop culture», «мультимедиа», «кроссмедиа» и «трансмедиа».
42. Продюсирование «истории» как основная медиатехнология творческой индустрии.
43. Инструменты постмодернизма и продвижение культурных продуктов.
44. Сущность проекта и социокультурного проектирования.
45. Технологические новации социокультурного проектирования.
46. Значение социокультурного воспитательного пространства в социокультурном проектировании образования.
47. Формирование межкультурной компетенции средствами социокультурной деятельности.
48. Культурная индустрия как система интенсивных технологий потребления культурных продуктов и услуг.

49. Массовая культура и культурные индустрии.

50. Особенности ведения деловых переговоров в арт-менеджменте.

8. 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 информации, в том числе и профессиональной;
- 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 «Введение в специальность» осуществляется студентами в ходе, участия в семинарских занятиях, 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.

В ходе проведения семинарских занятий студенты отвечают на вопросы, вынесенные в план семинарского занятия.

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

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка		Характеристика знания предмета и ответов
Отлично «5»	зачтено	<ul style="list-style-type: none"> – студент глубоко и прочно усвоил программный материал, умеет тесно увязывать теорию с практикой, использует в ответе материал монографической литературы; – изложение материала отличается последовательностью, логикой изложения, легко воспринимается аудиторией; – при ответе на вопросы студент демонстрирует глубину владения представленным языковым материалом; – ответы формулируются аргументированно, обосновывается собственная позиция в проблемных ситуациях; – студент демонстрирует зачетный уровень теоретической осведомленности по материалу лекций и семинаров и владеет соответствующим уровнем языковой подготовки в процессе сообщения страноведческой информации.
Хорошо «4»		<ul style="list-style-type: none"> – студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий; – правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
Удовлетворительно «3»		<ul style="list-style-type: none"> – студент имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки; – нарушения логической последовательности в изложении программного материала; – испытывает затруднения при выполнении практических работ.
Неудовлетворительно «2»	Не зачтено	<ul style="list-style-type: none"> – студент поверхностно передает содержание проблемы, не демонстрирует умение выделять главное, существенное; – изложение материала краткое, неглубокое, не демонстрирует зачетный уровень теоретической осведомленности по материалу лекций и семинаров и профессионального владения иностранным языком в процессе сообщения страноведческой информации.

10. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. [Гершун А., Технологии сбалансированного управления / А Гершун, М. Горский. — М. : Олимп Бизнес, 2006. — 409 с.](#)
2. [Друкер П. Практика менеджмента / П. Друкер. — М. : Фербер Манн Иванов, 2015. — 266 с.](#)
3. [Деминг Э. Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами / Э. Деминг. — 6-е изд. — М. : Альпина Паблишер, 2014. — 417 с.](#)
4. [Кемерова Т. А. Теория социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Т. А. Кемерова. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. — 102 с.](#)
5. [Сумская А. С. Продюсирование в студии продакшн. Краткий курс истории продюсирования в кино и на телевидении : учеб.-метод. пособие / А. С. Сумская. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2018. — 114 с.](#)

Дополнительная литература:

6. Амбарян А. Г. Субъекты интеллектуальных прав на сложные объекты // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. 2017. № 9. С. 7—16.
7. Бентли Л., Шерман Б. Право интеллектуальной собственности. Авторское право / пер. с англ. Вольф-сон В. Л. СПб. : Юрид. центр-Пресс, 2004. 535 с.
8. Качкаева А. «Как это делается: продюсирование в креативных индустриях» / А. Качкаева, А. Новикова, Р. Юркина. — М.: Издательские решения, 2016. — 380 с.
9. Котенко Е. Некоторые проблемы определения круга авторов мультимедийного продукта // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. 2012. № 7. С. 66—71.
10. [Чижигов В. М. Теория и практика социокультурного менеджмента : учебник / В. М. Чижигов, В. В. Чижигов. — М. : МГУКИ, 2008. — 608 с.](#)

Интернет-источники:

11. Балабанов П.И. Социокультурное проектирование и технологические инновации / П.И. Балабанов, Л.Т. Зауэрвайн // Вестник Кемеровского гос. ун-та культуры и искусств. — 2016. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiokulturnoe-proektirovanie-i-tehnologicheskie-innovatsii>
12. Гончаренко Л.П. Рыночные механизмы регулирования инвестиционной деятельности на арт-рынке / Л.П. Гончаренко, С.Ю. Панарина // Инновации и инвестиции. — 2013. - № 4. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynochnye-mehanizmy-regulirovaniya-investitsionnoy-deyatelnosti-na-art-rynke>
13. Новикова А.А. «Культурные индустрии» как часть публичной сферы: трансформация форм соучастия / А.А. Новикова // Художественная культура. — 2020. - № 1. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnye-industrii-kak-chast-publichnoy-sfery-transformatsiya-form-souchastiya/viewer>
14. Румянцева М.В. Междисциплинарное исследование креативных индустрий и творческой экономики Красноярска / М.В. Румянцев, М.А. Лаптева, Е.В. Зеленцова, Е.Х. Мельвиль // Культурологический журнал. — 2012. — №9. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdistsiplinarnoe-issledovanie-kreativnyh-industriy-i-tvorcheskoy-ekonomiki-krasnoyarska/viewer>
15. Суминова Т.Н. Продюсер: сущность и специфика социокультурного феномена / Т.Н. Суминова // Вестник Московского государственного университета

культуры и искусств. – 2009. - №5 (31). – Режим доступа:
<https://cyberleninka.ru/article/n/prodyuser-suschnost-i-spetsifika-sotsiokulturnogo-fenomena>
16. Сумская А.С. Продюсирование телевизионных и видеопроектов
«цифровым» медиапоколением / А.С. Сумская, П.Ф. Сумской // Знак: проблемное поле
медиаобразования. – 2019 . – Режим доступа:
[https://cyberleninka.ru/article/n/prodyusirovanie-televizionnyh-i-videoproektov-tsifrovym-
mediapokoleniem/viewer](https://cyberleninka.ru/article/n/prodyusirovanie-televizionnyh-i-videoproektov-tsifrovym-mediapokoleniem/viewer)