МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И МОЛОДЕЖИ ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

**ГОУК ЛНР «ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ**

**КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ М. МАТУСОВСКОГО»**

Кафедра музыкального искусства эстрады

“**УТВЕРЖДАЮ**”

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 201\_\_\_ года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

|  |
| --- |
| **Основы продюсерского мастерства** |
| (шифр и название учебной дисциплины) |
| направление подготовки | 53.05.03 Музыкальная звукорежиссура |
|  | (шифр и название направления подготовки)  |
| специальность | Музыкальный звукорежиссер, преподаватель |
|  | (шифр и название специальности) |
| факультет | Музыкальное искусство |
|  | (название факультета) |

г. Луганск – 2018

Рабочая программа по дисциплине «Основы продюссерского мастерства» для студентов направления подготовки 53.05.03 Музыкальная звукорежиссура специализации музыкальный звукорежиссер, преподаватель. – Луганск: ЛГАКИ имени М. Матусовского,
2018. – 18 с.

Составитель: Бардаченко Н. А., преподаватель

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры музыкального искусства эстрады

Протокол от “\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ года № \_\_\_

Заведующий кафедры

музыкального искусства эстрады\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (Дерский Ю.Я.)

 (подпись) (фамилия и инициалы)

“\_\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ года

Одобрена на заседании учебно-методической комиссии ЛГАКИ

им. М. Матусовского

Протокол от “\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_ года № \_\_\_

Председатель\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_)

 (подпись) (фамилия и инициалы)

“\_\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ года

©Бардаченко Н. А., 2018 год

**1. ОПИСАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование показателей**  | **Область знаний, направление подготовки, образовательно-квалификационный уровень** | **Характеристика учебной дисциплины** |
| дневная форма обучения | заочная форма обучения |
| Количество кредитов – 4 | Область знаний0202 Искусство(шифр и название) | Нормативная(по выбору) |
| 53.05.03 Музыкальная звукорежиссура(шифр и название) |
| Модулей – 2 | Специальность (профессиональное направление):«Музыкальный звукорежиссёр,Преподаватель» | **Год подготовки** |
| Содержательных модулей – 2 | 5-й | 5-й |
| Индивидуальное научно-исследовательское задание – контрольная работа/реферат | **Семестр** |
| Общее количество часов – 144 | 1-2-й | 1-2-й |
| **Лекции** |
| Количество часов в неделю для дневной формы обучения:аудиторных – 2самостоятельной роботы студента – 3 | Образовательно-квалификационный уровень:специалист |  36 час. | 12 час. |
| **Практические, семинарские** |
|  34 час. | 12 час. |
| **Лабораторные** |
| - | - |
| **Самостоятельная робота** |
| 74 час. | 120 час. |
| **Индивидуальные задания:**  |
| - |
| **Вид контроля:**  |
| дифзачет (II с.) |

**Примечание**

Соотношение количества часов аудиторных занятий к самостоятельной и

индивидуальной работе составляет:

для дневной формы обучения - 70:74 (0,9)

для заочной формы обучения - 24: 120 (0,2)

**2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### Рабочая программа изучения нормативной дисциплины «Основы продюсерского мастерства» составлена по структурно-логической схеме, предусмотренной образовательно-профессиональной программой подготовки специалиста по направлению 53.05.03 Музыкальная звукорежиссура, и охватывает все содержательные модули.

**Целью** преподавания учебной дисциплины «Основы продюсерского мастерства» является формирование понимания сущности профессиональной деятельности продюсера, ее особенности в различных областях искусства. Определение стратегии социальной адаптации и профессионального определения в условиях формирования навыков профессиональной продюсерской деятельности через соединение теоретического содержания с практической работой, направленной на повышение интеллектуальной и профессиональной компетентности.

Освоение программы предусматривает приобретение следующих компетенций: овладение культурно-просветительской, информационно-творческой, рекламно-информационной, финансово-экономической видами продюсерской деятельности в области музыкальной и шоу-индустрии, умение профессионально решать этические и правовые проблемы в шоу-бизнесе и индустрии развлечений, разрабатывать экономические и социально-музыкальные проекты, правильно и логично оформлять свои мысли, овладеть навыками организации продаж различных видов музыкальной продукции на рынке сферы культуры и искусств.

В **задачи** изучения дисциплины «Основы продюсерского мастерства» входят:

* раскрытие теоретических основ профессиональной деятельности продюсера;
* знакомство с современными требованиями к деятельности продюсера, условиями работы над творческими проектами, созданием фирмы, особенностями маркетинговой, финансовой, управленческой деятельности в сфере музыкальной-индустрии.
* изучение нормативно-правовой основы деятельности продюсера;
* овладение нравственно-этическими основами профессиональной деятельности специалиста, работающего в сфере музыкальной-индустрии.

Особенностью курса является логическое продолжение освоения теоретического материала в процессе практической деятельности. Значительное время уделяется практическим занятиям со студентами, а также их самостоятельной работе. Самостоятельное освоение теоретического материала включает не только прочтение материала, предложенного преподавателем, читающим лекцию, но и освоение дополнительного материала, позволяющего самостоятельно наращивать объем знаний и навыков. В процессе самостоятельного изучения теоретического материала студенты осваивают, исследуют и анализируют литературу из списка основной и дополнительной литературы, представленного в соответствующем разделе данной рабочей программы, выполняют домашние творческие задания, готовят презентации. Каждый студент должен освоить все вопросы для самостоятельного изучения материала.

В завершении курса студент должен усвоить основы деятельности специалиста по созданию коммерческой фирмы в сфере искусства, этапы работы по созданию творческой программы, музыкальной продукции, познакомиться со спецификой маркетинговой деятельности данной сферы. Студент должен овладеть знаниями законодательной базы в сфере музыкальной-индустрии и уметь их применять на практике.

Результативность самостоятельной работы студентов обеспечивается эффективной системой контроля, которая включает в себя опрос студентов по содержанию лекций, проверку выполнения домашних индивидуальных заданий. В конце второго семестра, студенты, дневной и заочной форм обучения, сдают дифференцированный зачет, выполняют и защищают индивидуальное творческое домашнее задание.

Согласно с требованиями образовательно-профессиональной программы студенты должны **знать:**

1. теоретические основы творческо-производственной деятельности продюсера;
2. организацию производства аудиовизуальной продукции;
3. порядок заключения и исполнения договоров и контрактов;
4. представлять себе логику процесса организации и реализации творческого проекта;

**уметь:**

1. использовать полученные знания по созданию и продвижению творческой программы, музыкального проекта;
2. организовывать работу съемочной группы по подготовке постановочного музыкального проекта;
3. производить и внедрять оптимальные методы реализации принятых продюсером творческой концепции и постановочного проекта, его сметной стоимости;

**владеть:**

1. методами диагностики рынка музыкальной продукции, приемами маркетинговых исследований;
2. навыками исследования в области музыкальной индустрии;
3. методами планирования и управления творчески-производственным процессом;
4. навыками подбора творческого и производственно-технического персонала занятого в создании музыкального проекта;
5. умением обеспечивать творческий и технологический процессы, оценивать и принимать готовый аудиовизуальный продукт.

**3. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

|  |  |
| --- | --- |
| Названия содержательных модулей и тем | Количество часов |
| **дневная форма** | **заочная форма** |
| всего  | в том числе | всего  | в том числе |
| л | п.  | лаб. | инд. | с. р. | л | п | лаб. | инд. | с. р. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| **Модуль 1** |
| **Содержательный модуль 1.** **Становление и развитие продюсерской деятельности. Музыкальный шоу-бизнес – часть индустрии развлечений. Административная и творческо-производственная деятельность продюсера.** |
| Тема 1. Введение. Продюсер и особенности его деятельности.  | 8 | 4 |  |  |  | 4 | 6 | 2 |  |  |  | 4 |
| Тема 2. Составляющие продюсерской деятельности | 8 | 4 |  |  |  | 4 | 7 |  |  |  |  | 7 |
| Тема 3. Шоу- бизнес. Основные технологии развития шоу-бизнеса | 8 | 4 |  |  |  | 4 | 9 | 2 |  |  |  | 7 |
| Тема 4. Управленческие качества и деятельность продюсера в проекте. Технологии в продюсировании | 7 | 4 |  |  |  | 3 | 9 | 2 |  |  |  | 7 |
| Тема 5. Целеполагание в продюсировании. Постановка целей SMART. Музыкальная индустрия и продюсирование | 7 | 4 |  |  |  | 3 | 7 |  |  |  |  | 7 |
| Тема 6. Бренд как инструмент шоу - бизнеса. Human Branding | 7 | 4 |  |  |  | 3 | 9 | 2 |  |  |  | 7 |
| Тема 7. Роль рекламы и PR в музыкальном продюсировании | 7 | 4 |  |  |  | 3 | 9 | 2 |  |  |  | 7 |
| Тема 8. SWOT-анализ, как инструмент стратегического планирования | 7 | 4 |  |  |  | 3 | 7 |  |  |  |  | 7 |
| Тема 9. Матрица BCG (Boston Consulting Group) –инструмент стратегического планирования | 7 | 4 |  |  |  | 3 | 9 | 2 |  |  |  | 7 |
| **Всего по содержательному модулю 1** | **66** | **36** |  |  |  | **30** | **72** | **12** |  |  |  | **60** |
| **Модуль 2** |
| **Содержательный модуль 2. Продюсирование в системе мировых тенденций музыкального менеджмента. Управление проектной деятельностью.** |
| Тема 1. Event-менеджмент: корпоративы, праздники, презентации, фестивали  | 6 | 2 |  |  |  | 4 | 6 | 2 |  |  |  | 4 |
| Тема 2. Промоушн | 9 | 4 |  |  |  | 5 | 9 | 2 |  |  |  | 7 |
| Тема 3. Стратегии продвижения «продукта» на рынок шоу-бизнеса. Бизнес-проекты в шоу-бизнесе. Компании – продюсеры бизнес-проектов | 9 | 4 |  |  |  | 5 | 9 | 2 |  |  |  | 7 |
| Тема 4. Ведение переговоров при продюсировании бизнес-проектов | 9 | 4 |  |  |  | 5 | 9 | 2 |  |  |  | 7 |
| Тема 5. Целеполагание в постановке шоу-программ. Технологии организации шоу-программ. Маркетинг | 9 | 4 |  |  |  | 5 | 7 |  |  |  |  | 7 |
| Тема 6. Презентация проекта | 9 | 4 |  |  |  | 5 | 9 | 2 |  |  |  | 7 |
| Тема 7. Формальное и неформальное управление шоу-проектом. Мотивирование, как управленческий процесс в продюсировании | 9 | 4 |  |  |  | 5 | 9 | 2 |  |  |  | 7 |
| Тема 8. Продюсирование в условиях конкуренции шоу-проектов | 9 | 4 |  |  |  | 5 | 7 |  |  |  |  | 7 |
| Тема 9. Конфликты в шоу-проектах и пути их преодоления | 9 | 4 |  |  |  | 5 | 7 |  |  |  |  | 7 |
| **Всего по содержательному модулю 2** | **78** | **34** |  |  |  | **44** | **72** | **12** |  |  |  | **60** |
| **Всего часов** | **144** | **70** |  |  |  | **74** | **144** | **24** |  |  |  | **120** |
|  |
| ИНДЗ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Всего часов | **144** | **70** |  |  |  | **74** | **144** | **24** |  |  |  | **120** |

**5. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п/п | Название темы | Количество часов |
| 1 | Понятие и сущность продюсирования. Особенности деятельности продюсера. Виды продюсерской деятельности. | 2 |
| 2 | Составляющие продюсерской деятельности. Функции и виды продюсирования. | 2 |
| 3 | История развития шоу - бизнеса. Основные технологии развития шоу-бизнеса. | 2 |
| 4 | Управленческие качества и деятельность продюсера в проекте. Технологии в продюсировании. | 2 |
| 5 | Целеполагание в продюсировании. Постановка целей SMART. Музыкальная индустрия и продюсирование музыкальных проектов. | 2 |
| 6 | Основные характеристика бренда, его виды и способы формирования. Люди – бренды в музыкальном шоу-бизнесе. | 2 |
| 7 | Особенности рекламы и PR в музыкальном продюсировании. | 2 |
| 8 | SWOT-анализ, как инструмент стратегического планирования. | 2 |
| 9 | Матрица BCG (Boston Consulting Group) –инструмент стратегического планирования. | 2 |
| 10 | Практическое занятие-презентация «Как оценить идею?» | 4 |
| 11 | Продюсирование и финансирование проектов. Управление рисками. | 2 |
| 12 | Особенности проведения переговоров в музыкальном бизнесе. | 2 |
| 13 | Маркетинг и Медиапланирование. Правила взаимодействия с клиентом. | 2 |
| 14 | Проведение и разработка презентации. | 2 |
| 15 | Кастинг и приемы формирования команды. | 2 |
| 16 | Формирование продюсерской команды. Конкуренция и ее виды в индустрии шоу | 2 |
| Всего | **34** |

**6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№****п/п** | **Название темы** | **Количество часов** |
| **ДФО** | **ЗФО** |
| 1 | Становление и развитие музыкального менеджмента за рубежом | 3 | 5 |
| 2 | Становление и развитие отечественного музыкального менеджмента в системе мировой зрелищной индустрии | 3 | 5 |
| 3 | Музыкальный шоу-бизнес — часть индустрии развлечений | 3 | 5 |
| 4 | Административная деятельность музыкально-зрелищных предприятий | 3 | 5 |
| 5 | Творческо-производственная деятельность музыкально-зрелищных предприятий | 4 | 5 |
| 6 | Нормативно-правовые основы шоу бизнеса | 3 | 5 |
| 7 | Профессиональные функции и направления деятельности музыкального менеджера | 3 | 5 |
| 8 | Понятие и сущность продюсирования | 3 | 5 |
| 9 | Проектный менеджмент | 3 | 5 |
| 10 | Музыкальный маркетинг — один из инструментов эмоционального воздействия на потребителя | 3 | 5 |
| 11 | Промоушн в сфере музыкального менеджмента | 3 | 7 |
| 12 | Бизнес - планирование творческого проекта | 6 | 5 |
| 13 | Студия грамзаписи - одно из основных звеньев музыкального шоу-бизнеса | 3 | 5 |
| 14 | Эстрадный имидж исполнителя | 3 | 7 |
| 15 | Виды и классификация ночных клубов | 3 | 5 |
| 16 | Технология организации шоу-программ | 6 | 7 |
| 17 | Менеджмент гастрольной деятельности | 3 | 8 |
| 18 | Реклама и PR в сфере музыкального менеджмента | 3 | 6 |
| 19 | Инновационные технологии в сфере индустрии зрелищ | 3 | 10 |
| 20 |  Продюсирование музыкального проекта в студии  | 5 | 5 |
| 21 | Виды и способы финансирования музыкальных проектов | 5 | 5 |
| **Всего** | **74** | **120** |

**7. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ**

Во время преподавания курса используются следующие методы обучения:

* объяснительно-побуждающий - для описательной формы раскрытия учебного материала; раскрытия сущности определенного явления, закона, процесса;
* использование метода «case study» - для формирования практической направленности; возможности адаптировать ситуацию к реальной организационной ситуации; активности участников; возможности создать рабочую доброжелательную мотивирующую обстановку, позволяющую участникам задействовать имеющийся опыт, проявить креативность; возможности получения позитивной обратной связи от ведущего и участников, возможности для студентов повысить свою уверенность в том, что они могут справиться в реальности с задачами такого плана или, наоборот, выявить свои недостатки; возможности для участников делать ошибки в ситуации, приближенной к реальности, а потом их анализировать;
* беседа - для осознания посредством диалога новых явлений, понятий;
* объяснительно-иллюстративные - для раскрытия понятий и процессов через их символическое изображение (рисунки, схемы, графики)
* индуктивный метод - для изучения явлений от единичного к общему;
* дискуссии – для обсуждения и разрешения спорных вопросов;
* дедуктивный метод - для изучения учебного материала от общего к частному, единичному;
* проблемное изложение материала - для создания проблемной ситуации;
* видеометоды: просмотр, обучение через интернет;
* имитационный - создание игровой проблемной ситуации: введение моделирующей игровой ситуации.

**8. МЕТОДЫ И ФОРМЫ КОНТРОЛЯ**

Для студентов дневной формы обучения: устный опрос на семинарских занятиях, защита индивидуального творческого домашнего задания, контрольная работа.

Для студентов заочной формы обучения: защита индивидуального творческого домашнего задания и реферат.

**9. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ СТУДЕНТЫ**

При контроле учитываются следующие виды работ:

* активность работы студента на каждом семинарском занятии с учетом проведенной самостоятельной работы по выполнению домашнего задания. Оценивается до 1-о бала: за семестр всего 15 семинарских занятий, то есть 15х1 = 15 баллов;
* защита индивидуального творческого домашнего задания студента оценивается в 10 баллов;
* зачет состоит из теоретических вопросов. Максимально возможное количество набранных баллов - 50.

|  |  |
| --- | --- |
| Текущее тестирование и самостоятельная работа | Сумма |
|  |
| Содержательный модуль 1 | Содержательный модуль 2 |
| Т1 | Т2 | Т3 | Т4 | Т5 | Т6 | Т7 | Т8 | Т9 | 100 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Т1, Т2 ... Т9 – теми содержательных модулей

|  |  |
| --- | --- |
| Баллы за выполнение | *Сумма* |
| *СЗ (СР)* | *ИНДЗ* | *КР* | *Зачет* |
| 15 | 10 | 25 | 50 | 100 |

СЗ -семинарское занятие (СР - самостоятельная работа), ИНДЗ - индивидуальное домашнее задание, КР - модульная контрольная работа

**Шкала оценивания: национальная и ECTS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сума баллов за все виды учебной деятельности | ОценкаECTS | Оценка по национальной шкале |
| экзамен, курсовой проект (работа), практика | зачет |
| 90 – 100 | **А** | отлично | зачтено |
| 82-89 | **В** | хорошо |
| 74-81 | **С** |
| 64-73 | **D** | удовлетворительно |
| 60-63 | **Е**  |
| 35-59 | **FX** | неудовлетворительно с возможностью повторной сдачи | не зачтено с возможностью повторной сдачи |
| 0-34 | **F** | неудовлетворительно с обязательным повторным изучением дисциплины | не зачтено с обязательнымповторным изучением дисциплины |

**10. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

1. Конспект лекций по дисциплине.

2. Учебная программа по дисциплине

3. Рабочая программа по дисциплине

4. Учебники и пособия, указанные в списке литературы

**7. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ**

Выполнение индивидуального творческого задания как итоговой формы контроля.

Индивидуальное творческое задание является итоговой работой дисциплины и завершает изучение студентами курса «Основы продюсерского мастерства». Творческое задание, включает разработку проекта-презентации, по продвижению и реализации студентами, на музыкальный рынок, продуктов музыкальной индустрии (музыкальная группа, индивидуальный исполнитель, звукозаписывающая студия, продюсерский центр). Для выполнения творческого задания «Разработка проекта по продвижению и продажи «ПРОДУКТА» студенты могут выбрать из существующих, или создать свой, музыкальный продукт и, обосновав свой выбор, предложить проект-презентацию продвижения его на музыкальный рынок региона, любого города, страны, мира в соответствие с действующей законодательной базой и рыночными механизмами, а также смоделировать предполагаемый результат. Индивидуальное творческое задание согласовывается и утверждается с преподавателем. Выполненное индивидуальное творческое задание сдается студентами за одну неделю до начала летней зачетно-экзаменационной сессии в виде презентации и ее письменного обоснования. Объем выполненного индивидуального творческого задания составляет не менее 15 страниц печатного текста и 10 слайдов.

Творческое задание выполняется на компьютере и печатается на принтере, размер полей со всех сторон – 25 мм., размер шрифта – 14, название шрифта – Times New Roman. При необходимости текст работы сопровождается схемами и графиками, а также снабжается презентацией. Иллюстративный материал (фотографии, видеосюжеты, с которыми работает студент) обязательны.

В конце второго семестра студенты выполняют творческое задание и допускаются к зачету по дисциплине только при наличии зачисленной индивидуальной работы.

**12. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ К НАПИСАНИЮ**

**КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ (РЕФЕРАТОВ).**

Историческая эволюция форм массовых мероприятий породила разнообразные их виды, но все они объединены наличием определенных свойств. В наше время, когда индустрия развлечений развернулась во всю мощь, когда вокруг множество самых разнообразных музыкальных, телевизионных, театральных и лазерных шоу, 3d кинотеатров, компьютерных игр и проч., одним из наиболее популярных видов зрелища остается музыкальная шоу-программа. Основным материалом которой является творчество людей.

Изучение предлагаемых тем предназначено для того, чтобы студенты знали историю развития музыкального бизнеса, шоу-бизнеса; умели грамотно составлять концертные, конкурсные, фестивальные программы и проекты; знать основы управления персоналом и организациями в сфере шоу индустрии; разбираться в менеджменте-маркетинге шоу-бизнеса; пользоваться всеми имеющимися современными техническими средствами для подготовке качественного музыкального и шоу проекта.

Полученные в курсе «Основы продюсерского мастерства» знания, будут необходимы при работе в качестве менеджеров, продюсеров, режиссеров, организаторов досуга, руководителей арт-проектов, студий и учреждений культуры.

Важным этапом подготовки студентов является изучение дисциплины «Основы продюсерского мастерства». Для успешного закрепления знаний по курсу, студенты дневного (заочного) отделения выполняют контрольную работу (реферат).

Контрольная работа (реферат) по дисциплине «Основы продюсерского мастерства» оформляется в виде контрольной работы - для дневного отделения и реферата - для заочного отделения.

Требования по оформлению контрольной (реферата).

Контрольная/Реферат выполняется на листах формата А4 в компьютерном варианте. Поля: верхнее, нижнее – 2 см, правое – 3 см, левое – 1,5 см, шрифт Times New Roman, размер шрифта – 14, интервал – 1,5, абзац – 1,25, выравнивание по ширине.  Объем реферата 15-20 листов. Графики, рисунки, таблицы обязательны и подписываются (графики и рисунки снизу, таблицы сверху) располагаются в приложениях в конце работы, в основном тексте на них делается ссылка.

1. Нумерация страниц обязательна. Номер страницы ставится в левом нижнем углу страницы. Титульный лист не нумеруется.
2. Готовая работа должна быть скреплена папкой.
3. Работа сдается преподавателю в указанный срок.
4. Работа не будет зачтен в следующих случаях:

а) при существенных нарушениях правил оформления (отсутствует содержание или список литературы, нет сносок, номеров страниц и т.д.)

б) из-за серьезных недостатков в содержании работы (несоответствие структуры работы ее теме, неполное раскрытие темы, использование устаревшего фактического материала).

Возвращенная студенту работа должна быть исправлена в соответствии с рекомендациями преподавателя.

Студент, не получивший зачет по контрольной/реферату, к зачету по дисциплине не допускается.

**При написании реферата необходимо следовать следующим правилам:**
  Раскрытие темы работы предполагает наличие нескольких источников (как минимум 4-5 публикаций, монографий, справочных изданий, учебных пособий) в качестве источника информации.

Подготовка к написанию работы предполагает внимательное изучение каждого из источников информации и отбор информации непосредственно касающейся избранной темы.  На этом этапе работы важно выделить существенную информацию, найти смысловые абзацы и ключевые слова, определить связи между ними.

Содержание работы ограничивается 2-3 главами, которые подразделяются на параграфы (§§).

Сведение отобранной информации непосредственно в тексте работы, должно быть выстроено в соответствии с определенной логикой - плана работы.

Контрольная/Реферат состоит из трех частей: введения, основной части, заключения.

Во введении логичным будет обосновать выбор темы контрольной/реферата.

Актуальность - (почему выбрана данная тема, каким образом она связана с современностью?).

Цель (должна соответствовать теме работы); задачи (способы достижения заданной цели), отображаются в названии параграфов работы; историография (обозначить использованные источники с краткой аннотаций – какой именно источник (монография, публикация и т.п.), основное содержание в целом (1 абз.), что конкретно содержит источник по данной теме (2-3 предложения).

 В основной части дается характеристика и анализ темы контрольной/реферата в целом и далее - сжатое изложение выбранной информации в соответствии с поставленными задачами.  Описание возможностей практического применения рассматриваемого теоретического вопроса на примере любой «виртуальной» организации, индивидуального артиста, группы, проекта, продукта по выбору студента.

 В конце каждой главы должен делаться вывод (подвывод), который начинается словами: «Таким образом…», «Итак…», «Значит…», «В заключение главы отметим…», «Все сказанное позволяет сделать вывод…», «Подводя итог…» и т.д. Вывод содержит краткое заключение по §§ главы (объем 0,5 - 1 лист). В содержании не обозначается.

Заключение содержит те подвыводы по главам, которые даны в работе (1-1,5 листа). Однако прямая их переписка нежелательна; выгодно смотрится заключение, основанное на сравнении.

Список использованной литературы. В списке указываются только те источники, на которые есть ссылка в основной части контрольной/реферата. Ссылка в основном тексте оформляется двумя способами:

- в квадратных скобках в самом тексте после фразы. [3, с. 52], где первая цифра
№ книги по списку использованной литературы, вторая цифра - № страницы с которой взята цитата.

- в подстрочнике. Цитата выделяется кавычками, затем следует номер ссылки.  Нумерация ссылок на каждой странице начинается заново.

Библиографическое описание книги в списке использованной литературы оформляется в соответствии с ГОСТ, (фамилия, инициалы автора, название работы, город издания, издательство, год издания, общее количество страниц).

При использовании материалов из сети интернет необходимо оформить ссылку на использованный сайт. Приложения иллюстраций, таблиц, схем (если они есть).

Работа подается в двух вариантах печатном и электронном.

Контрольная работа (реферат) является самостоятельной работой студента и выполняется после тщательного изучения литературы по рассматриваемо­му вопросу.

**Темы контрольных работ (рефератов) по дисциплине**

**«Основы продюсерского мастерства».**

1. Продюсирование бизнес процессов.
2. Роли PR-средств в продюсировании музыкальных коллективов
3. Разработка стратегии продюсирования на примере группы «ХХХ»
4. «Раскрутка» как основное понятие продюсирования
5. Роль рекламы и PR в музыкальном продюсировании
6. Современное состояние искусства и его влияние на со­держание деятельности продюсера
7. Маркетинговая среда организаций искусства
8. Условия эффективного использования маркетинга в сфере искусства.
9. Стратегии маркетинга в сфере арт-индустрии
10. Механизмы финансирования в культурной сфере
11. Технологические механизмы организации шоу программ для зрительской аудитории
12. Особенности организации шоу программ на региональном уровне
13. Проектный менеджмент в сфере арт-индустрии
14. Управленческие роли продюсера
15. Становление и развитие продюсерской мастерства на (Украине, России)
16. Основные этапы и направления продюсерской деятельности
17. Определение и обоснование особенностей продюсерской деятельности
18. Основные функциональные задачи и методы продюсерской деятельности
19. Источники финансирования продюсерских проектов на (Украине, в России)
20. Известные (украинские, русские) продюсеры и их проекты
21. Современные проблемы нормативно-правовые продюсирования
22. Основные процессы, происходящие в современной массовой музыкальной культуре (Украины, России)
23. Определение особенностей становления и творческого развития современного исполнителя с участием продюсера
24. Стратегия и тактика технологий в продюсировании
25. Функции продюсера в работе над кинофильмом
26. Луганские театры и проблемы их продюсирования
27. Управление производственными процессами в сфере арт-бизнеса
28. Предпринимательский успех и культура бизнеса
29. Значение личностных качеств продюсера для его профессиональной деятельности
30. Этика продюсера -управленца
31. Технологии общения и выполнения требований управленческого этикета в продюсерской деятельности
32. Построение продюсерского проекта
33. Риски продюсерского проекта

**11. ТРЕБОВАНИЯ К СДАЧЕ ЗАЧЕТА**

Зачет является формой проверки успешного выполнения студентами практических и самостоятельных работ, усвоения учебного материала практических и семинарских занятий.

Зачет по предмету «Основы продюсерского мастерства» дифференцированный. Знания, умения, навыки студентов оцениваются и выставляются по результатам работы студента на протяжении семестра.

К сдаче зачета по «Основам продюсерского мастерства» допускаются студенты, выполнившие программу курса, самостоятельные, индивидуальные, творческие и семинарские задания, предоставившие контрольную работу (реферат). При этом учитываются уровень знаний студента, качество и полнота представленных материалов. Без предоставления и оценивания всего объема работ, предусмотренных учебной программой дисциплины «Основы продюсерского мастерства»,студент, дневного или заочного отделения, к зачету не допускается.

Зачет по дисциплине «Основы продюсерского мастерства» может выставляться по итогам текущего контроля в течение семестра, на основании отлично представленных контрольных работ (рефератов) или письменных (устных) выступлений студентов.

Нарушение студентом дисциплины на зачете пресекается преподавателем вплоть до удаления с зачета.

Неявка на зачет без уважительной причины фиксируется преподавателем в зачетно-экзаменационной ведомости записью «не явился» и приравнивается к неудовлетворительной оценке.

Получив неудовлетворительную оценку, студент имеет право пересдать зачет два раза в соответствии с расписанием пересдачи зачетов, составленным деканатом.

**Вопросы к зачету**

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

**13. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА**

**Основная:**

1. Айзеншпис Ю.«Зажигающий звёзды» - М.: Алгоритм, 2005. – 380 с
2. Атанесян А. Краткая инструкция для начинающего продюсера. - М.: Издательство УНЦ ДО, 2004. - 130 с.
3. Апфельбаум С., Игнатьева Е. Связи с общественностью в сфере исполнительного искусства. - М.: Классика-XXI, 2003. – 140 с.
4. Бурлаков Л. Экономика шоу- бизнеса (лекции). 2003 г.
5. Готовцев Л.И. Правда о шоу-бизнесе. - М.: Рипол Классик, 2004. – 368 с.
6. Гоулман Д. Эмоциональное лидерство: Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта. - М.: Альпина, 2005. – 301 с.
7. Грачев Г., Мельник И. Манипулирование личностью: Организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия // Центр экстремальной журналистики Союза журналистов России. - [www.cjes.ru/lib](http://www.cjes.ru/lib)
8. Грин Э. Креативность в паблик рилейшнз. - СПб.: Нева, 2004. – 256 с.
9. Гуревич П.С. Приключения имиджа: технология создания телевизионного образа и парадоксы его восприятия. - М.: Искусство, 1991. – 347 с.
10. Давидсон-Пасечник В. Технология имиджа. - Кишинев: Улим, 1999. – 245 с.
11. Доценко Е.Л. Психология манипуляции. Феномены, механизмы, защита. - М.: МГУ, 1996. - 344 с.
12. Жданова Е.И., Иванова С.В., Кротова Н.В. Управление и экономика в шоу-бизнесе. - М.: Финансы и статистика, 2003. – 176 с.
13. Иванов Г., Огурчиков, Сидоренко В. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера. Учебник для вузов. М.,2007. - 719 с.
14. Иванов Г.П., Огурчиков П.К., Сидоренко В.И. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера. - М.: ЮНИТИ, 2003. - 719 с.
15. Коновалов А.В. Маленькие секреты большого шоу-бизнеса. - СПб.: Питер, 2005. - 188 с.
16. Корнеева С. Как зажигают «звёзды». – СПб.: Питер, 2004. – 320 с.
17. Ньюсом Д., Терк Д., Крукеберг Д. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз. - М.: Инфра-М, 2001. - 628 с.
18. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера: Учебник для вузов/ Под ред. Г.П. Иванова, П.К. Огурчикова, B.C. Сидоренко. - М.: ЮНИАТИ-ДАНА, 2003.-719 с.
19. Панасов И.В. Шоу-бизнес. - М.: ЭКСМО, 2004, 384 с.
20. Перелыгина Е.Б. Психология имиджа. - М.: Аспект-Пресс, 2002. - 224с.
21. Пригожин И.И. Политика - вершина шоу-бизнеса. - М.: Алкигамма, 2001. -
320 с.
22. РR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. - М.: ИМИДЖ-Контакт, Инфра-М, 2002. - 493 с.
23. Поршнев А. Г., Азоев Г. Л. Маркетинг. Учеб. пособие для вузов / ГУУ. - М.: ЗАО Финстатинформ, 1999. - 89 с.
24. Раззаков Ф.И. За кулисами шоу-бизнеса. - М.: АСТ, 2004. - 943 с.
25. Рюмшина Л.И. Манипулятивные приемы в рекламе. - М.: МарТ, 2004. - 345 с.
26. Слободянюк Э. PеRсональный имидж. Имиджмейкинг в системе public relations // Зеркало рекламы, 2004, № 5.
27. Фадеева Е.И. Тайна имиджа. - М.: Европейский гуманитарный университет, 2002. - 128 с.
28. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: теория и практика. – М.: Дело, 2008. - 560 с.

**Интернет- ресурсы. Источники и ссылки:**

1. ru.wikipedia.org - свободная энциклопедия Википедия
2. mirslovarei.com - мир словарей
3. academic.ru - энциклопедии и словари
4. feb-web.ru - фундаментальная электронная библиотека
5. rubricon.com - крупнейший энциклопедический ресурс интернета
6. lexamusic.com – книги, статьи по шоу-бизнесу и продюсированию, музыкальный маркетинг, PR, музыкальный менеджмент
7. <http://cultureworld.ru/> - статьи и книги по шоу-бизнесу, маркетинг в сфере культуры, менеджмент в сфере шоу-бизнеса, реклама.
8. [studopedia.org/6-17038.html](http://studopedia.org/6-17038.html) - шоу бизнес и имиджмейкинг
9. https://www.youtube.com/playlist?list=PL6BC53F721D7F32ED – шоу и продюсирование. Практические видео материалы.
10. [guru.global-project.ru/prigozhin/](http://guru.global-project.ru/prigozhin/) - Иосиф Пригожин «Политика- вершина шоу-бизнеса»
11. <http://muzkontakt.ru/articles/cat/masterclass/> - статьи мастер-классы
12. klex.ru/7ab - Шмит Бернд. «Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений.»
13. <http://www.music-from.com/producer/producers.htm> - исполнителю о саунд продюсерах.
14. [rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=3429061](http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=3429061) - Корнеева С.М. «Музыкальный менеджмент»
15. [mu-che.titla.info/?site=lexamusic25qox3ynzeit&k=2](http://mu-che.titla.info/?site=lexamusic25qox3ynzeit&k=2) – музыкальные порталы
16. [twirpx.com/file/288365/](http://www.twirpx.com/file/288365/) - Жданова Е.И., Иванов С.В., Кротова Н.В. Управление и экономика в шоу-бизнесе
17. [hse.ru/data/2011/02/22/1208880612/Book\_Fundraising\_Predvarit%20Tulchinsky\_AVTORU.pdf](http://www.hse.ru/data/2011/02/22/1208880612/Book_Fundraising_Predvarit%20Tulchinsky_AVTORU.pdf) - Артемьева Т.В., Тульчинский Г.Л. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования
18. [litmir.me/bd/?b=206386](http://www.litmir.me/bd/?b=206386) - Выходит продюсер. Роднянский Александр
19. Четыре шага к озарению: Стратегии создания успешных стартапов **/** Стив Бланк; Пер.с англ.- М.: Альпина Паблишер,2014 – 368с
20. <http://wacademy.ru/news/intervyu-igorem-m-namakonovyim-dlya-startapyiru-/> - Интервью с Игорем М. Намаконовым на Стартапы.ру "Как создать свой стартап за 3 месяца"
21. <http://www.korneeva.net/index.php?req=link10> – Корнеева Светлана. «Как зажигают звезды.» <http://www.korneeva.net/index.php?req=link12> – создание проекта.
22. <http://bizkon.net/6132-kak-stat-uspeshnym-promouterom-koncertnyj-biznes-v.html> - Как стать успешным промоутером. Концертный бизнес в России - Ирина Щербакова, Илья Бортнюк
23. http://www.book4read.ru/publitsistika/6181.php - «Зажигающий Звезды. Записки и советы пионера шоу-бизнеса» Юрий Айзеншпис
24. <http://skachayknigu.ru/iznanka-shou-biznesa-lyusya-alekseeva.html> - Изнанка шоу-бизнеса. Л. Алексеева.
25. http://www.peoples.ru/undertake/show\_bisness/aizenshpis/interview.html - «От тюрьмы до шоу один шаг». Юрий Айзеншпис
26. [lib.sibnet.ru/book/17297](http://lib.sibnet.ru/book/17297) - Все о музыкальном бизнесе. Дональд Пассман
27. [knigafund.ru/books/149199](http://www.knigafund.ru/books/149199) - Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера: Учебник: под ред. Г.П. Иванова, П.К. Огурчикова, В.И. Сидоренко
28. <http://www.openbusiness.ru/html/produser.htm> - Продюсирование как свой бизнес. А.Крол
29. [knighulka.ru/28480-masterstvo-prodyusera-kino-i-televideniya.html/](http://knighulka.ru/28480-masterstvo-prodyusera-kino-i-televideniya.html/) - Мастерство продюсера кино и телевидения.
30. [window.edu.ru/resource/428/66428](http://window.edu.ru/resource/428/66428) - Менеджмент специальных событий в сфере культуры: Учебное пособие Герасимов С.В., Тульчинский Г.Л, Лохина Т.Е.
31. [labirint.ru/books/106733/](http://www.labirint.ru/books/106733/) - Лемер Синди. Искусство организации мероприятий.
32. <http://www.advertology.ru/> - поисковик имиджмейкерство, брендинг, маркетинг, креатив, BTL
33. sowrbazar.narod.ru - экономический сайт
34. management.com.ua – сайт менеджмент
35. [aup.ru/library/vn/002/](http://www.aup.ru/library/vn/002/) - электронные книги по менеджменту и маркетингу