

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Безуглая Наталия Сергеевна

Должность: зав. кафедрой социально-культурной деятельности

Дата подписания: 25.08.2020 19:00:38

Уникальный программный ключ:

09e02ba15bb0eeef7fc6346d1e41834173eac8391

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»
ФАКУЛЬТЕТ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И
ТУРИЗМА
КАФЕДРА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой СКД



И.Н. Шамрай

25 августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.08 «Технологии продюсирования и промоутерства в социально-культурной сфере»

Направление подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность
Профиль подготовки – Менеджмент социально-культурной деятельности

Квалификация (степень) выпускника – Бакалавр социально-культурной деятельности

Форма обучения – очная, заочная

Краснодар
2020

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины «Технологии продюсирования и промоутерства в социально-культурной сфере», которая входит в состав обязательных дисциплин Вариативной части Блока 1 Дисциплины (модули) студентам очной и заочной форм обучения по направлению подготовки 51.03.03 - Социально-культурная деятельность в 6-7 семестре.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11.08.2016 года, приказ № 995 и основной образовательной программой.

Рецензенты:

кандидат философских наук, доцент
кафедры гуманитарных дисциплин
Российского финансово-экономического
университета им. Г. В. Плеханова
г. Краснодар

М. Г. Напалкова

доктор педагогических наук, профессор
профессор кафедры режиссуры
ФГБОУ ВО Министерства культуры
«Краснодарский государственный институт культуры»

О. И. Марков

Составитель:

доктор философских наук, доцент
«Краснодарский государственный институт культуры»

С. Г. Азарян

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры Социально-культурной деятельности «25» августа 2020 г., протокол № 1.

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 26 августа 2020 года, протокол № 1.

© С. Г. Азарян, 2020 г.

© ФГБОУ ВО «КГИК», 2020 г.

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	4
3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины	4
4. Структура и содержание дисциплины	5
4.1. Структура дисциплины	5
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	12
5. Образовательные технологии	19
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	19
6.1. Контроль освоения дисциплины	19
6.2. Оценочные средства	20
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)	21
7.1. Основная литература	21
7.2. Дополнительная литература	22
7.3. Периодические издания	22
7.4. Интернет-ресурсы	22
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	22
7.6. Программное обеспечение	22
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	23
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины	23

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины «Технологии продюсирования и промоутерства в социально-культурной сфере» – на основе широкого спектра исторических, мировоззренческих, социально-культурных, эстетических фактов сформировать комплексные представления о сущности и содержании основных этапов мирового и отечественного продюсерского мастерства.

Задачи:

1. Представить в целостном виде историю формирования продюсерского мастерства, механизмы его развития;
2. Понять важнейшие тенденции и закономерности социально-культурного процесса основ продюсерского мастерства как в Европе, так и в Российской Федерации;
3. Содействовать освоению понятийно-терминологического аппарата, которым оперирует современная гуманитарная наука, и исследовательских подходов к разработке проблем продюсерского мастерства в пространстве современной культуры.
- 4.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

В соответствии со структурой учебного плана по направлению подготовки 51.03.03 – Социально-культурная деятельность дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплины, необходимые для освоения данной учебной дисциплины: Проектирование культурно-досуговых программ, Проектирование массовых форм досуга, Менеджмент в социально-культурной сфере, Event-менеджмент, Инновационные технологии в социально-культурной сфере, Маркетинг в социально-культурной сфере, Бизнес-планирование в социально-культурной сфере, Арт-менеджмент.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Наименование компетенции	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	уметь	владеть
ПК-3 Способен к проектированию, разработке сценарной основы, постановке и продюсированию социально-культурных программ	• основные этапы становления и развития профессии «продюсер», ключевые цели, задачи, функции продюсера, этапы работы продюсера	• общаться с основными участниками и партнерами продюсера, классифицировать бизнес-проекты в сфере культуры; определять схемы	• навыками построения и продюсирования; привлечения финансов при разработке проектов в СКС

(концертов, фестивалей, смотров, праздников и форм массовой социально-культурной деятельности)	и его роль в каждом из них	финансирования проектов в сфере культуры	
--	----------------------------	--	--

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Основы продюсерского мастерства»

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

ОФО

6 семестр, всего 108 часа (3 зачетных единицы), 18 лекций, 54 практических (из них 20 интерактивов), 36 СРС, зачет.

7 семестр, всего 108 часа (3 зачетных единицы), 18 лекций, 54 практических (из них 20 интерактивов), 18 СРС, 18 контроль, экзамен.

ЗФО

3 семестр, всего 108 часа (3 зачетных единицы), 4 лекции, 8 практических (из них 4 интерактивов), 92 СРС, 4 контроль, зачет

4 семестр, всего 108 часа (3 зачетных единицы), 16 практических (из них 4 интерактивов), 79 СРС, 9 контроль, экзмен.

4.1. Структура дисциплины, объем и виды учебной работы (очная форма обучения)

№ п/ п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)	
				Лекции	Практические	СРС	Итого	Форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
					Интерактивные	Иные формы			
1.	Лекции 1.«Современная теоретическая и методологическая литература, содержащая подходы к анализу формирования основ продюсерского	6	1	2					

	мастерства»								
2.	2. «Цели и задачи продюсера» Креативная, организационная и финансовая составляющие работы продюсера. Разные виды продюсеров: генеральный, исполнительный и линейный. Личностные качества продюсера. Циклическая продюсерская продукция. Крупнейшие продюсеры современной России. Конечная цель продюсера. «Провальные» проекты в работе продюсера.	6	2						
3.	3. «Работа продюсера на предварительном этапе» Часть 1. Формулировка идеи проекта. Постоянный мониторинг интересов зрителей. Прогнозирование зрительских интересов. Зависимость интересов от социально-экономической ситуации в стране. Описание формата проекта. Жанр, формат, стиль.	6	3						
4.	4. «Работа продюсера на предварительном этапе» Часть 2. Определение аудитории проекта. Возраст, пол, территория, образование, доход. Роль опросов и интуиции в определении аудитории проекта. Определение способа дистрибуции. Открытый телепоказ, платный телеканал, кинопрокат, DVD, Интернет. Особенности работы продюсера с руководством телеканала, концертного зала, филармонии и других культурных центров.	6	4						
5.	5. «Работа продюсера на предварительном этапе» Часть 3. Идеология маркетинга проекта современного продюсерского центра. Определение схемы финансирования. Самостоятельное финансирование. Создание проекта по заказу. Кредитование. Работа над пакетом. Работа над поиском грантов. Продакт плейсмент. Страхование продюсера: от убытков, на брака реквизита, оборудования,	3	5	6			3		

допрасходов, ответственности перед третьими лицами, офисного оборудования. Девелопмент продюсерского проекта. Разработка сценария, подходов к кастингу, эскизы художественных решений, декорации, краткое описание технологии производства.								
6. «Особенности работы продюсера с заказчиком». Часть 1. Начало работы с заказчиком. Создание привлекательной для заказчика разработки сценария. Противоречие между конечными целями заказчика и продюсера. Мотивации заказчика: рейтинг и имидж. Роль Dream Cast и основных участников проекта – исполнительного продюсера, режиссера и художника по костюмам в заключении сделки. Роль пилота в работе с заказчиком.								
7. «Особенности работы продюсера с заказчиком». Часть 2. Компромисс как единственный способ взаимодействия между продюсером и заказчиком. Нивелирование разницы походов к художественному решению проекта. Этапы показа заказчику производств. Делегирование успеха проекта заказчику.								
8. «Особенности работы продюсера со сценарием». Сюжетообразующие элементы сценария. Коллективный характер работы над сценарием. Разработка сценария. Dream Cast и описание основных элементов художественного решения: натурные площадки, декорации, костюмы, музыка. Роль автора сценария. Размеры гонорара автора сценария. Авторская группа сценария: авторы сюжета, авторы диалогов, риайтеры. Синописис. Тритмент. Режиссерский вариант сценария. Экспликации: режиссерская, операторская. Главного художника, звукорежиссера. Breakdown (монтажной). Постановочный проект сценария. Production board. Примерная стоимость разработки постановочного проекта сценария. Технический								

	вариант сценария. Непрерывность работы над сценарием.								
	9. «Особенности работы продюсера во время кастинга». Dream Cast как начало процесса. Кастинг как одна из главных составляющих успеха продюсерского проекта. Примерная пропорция при отборе актеров на проект. Расчет затрат при кастинге. Юридическая защита прав продюсера после окончания кастинга.								
	10.								
8	Практические занятия. Практ. зан.1. Работа продюсера над воплощением проекта. -Календарно-постановочный план. -Выбор места действия продюсерского проекта. -Организация работ в павильоне. -Организация работы на внестудийных площадках. -Авторитаризм режиссера и первенство продюсера.				2		3		
9.	Практ. зан. 2. Продюсер и постпродакшен. -Роль продюсера в процессе готового материала. -Регулирование влияния режиссера и заказчика. -Цветокоррекция, компьютерная графика и спецэффекты. - Выбор технологий и себестоимость постпродакшена.				2		3		
10.	Практ. зан. 3. Продюсер и промоушн проекта. -Создание информационного тезиса кампании. -Трансформация его в слоганы. -Определение основных носителей и этапов рекламной кампании. -Проблема отбора главных лиц PR-кампании. -План-график кампании. - Определение бюджета кампании методами прямой рекламы. -Поддержка кампании через создание информационных поводов для СМИ. -Интернет-сайт, клипы и другие способы промоутирования. - Стратегия продажи прав на показ. -Территория распространения.				2		3		

	- Реализация прав через дистрибуторов. -Продажа проекта на носителях и через Интернет.								
1 1.	Практ. зан. 4. Оплата труда участников продюсерского проекта. -Определение «продюсер» в современных законодательных актах РФ. - Трудовой договор. Смежные гражданско-правовые договоры – авторский, подряда, поручения, возмездного характера оказания услуг. -Повременно-премиальная форма оплаты услуг работника как основная форма оплаты услуг.				2		3		
1 2.	Практ. зан. 5. Product placement (PP - размещение товара). - Основные принципы размещения PP: ключевые сцены, верхний и нижний пороги, дифференциация способов размещения. - Влияние бренда и других факторов на эффективность PP. -Дифференциация товаров и брендов - Цветовая товарная матрица. Производство проекта PP. - Работа отдела рекламы и развития в продюсерском агентстве.				2		3		
	ИТОГО								

4.1. Структура дисциплины, объем и виды учебной работы (заочная форма обучения)

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Лекции	Практическое		СРС и контроль	Итого	Формы текущего контроля успеваемости и (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Интерактивные формы обучения	Иные формы			
	Лекции. Установочная лекция. «Современная теоретическая и методологическая литература, содержащая подходы к анализу формирования основ продюсерского мастерства».	3	2	4		46		
	Практ. зан. Работа продюсера над воплощением проекта. -Календарно-постановочный план. -Выбор места действия продюсерского проекта. -Организация работ в павильоне. -Организация работы на внестудийных площадках. -Авторитаризм режиссера и первенство продюсера.							
1.	Практ. зан. Оплата труда участников продюсерского проекта. -Определение «продюсер» в современных законодательных актах РФ. - Трудовой договор. Смежные гражданско-правовые договоры – авторский, подряда, поручения, возмездного характера оказания услуг. -Повременно-премиальная форма оплаты услуг работника как основная форма оплаты услуг.	3		4		46		зачет
2.	Лекция. «Цели и задачи продюсера». Креативная, организационная и финансовая составляющие работы продюсера. Разные виды продюсеров: генеральный, исполнительный и линейный	4	2	8		46		

	Личностные качества продюсера. Циклическая продюсерская продукция. Крупнейшие продюсеры современной России. Конечная цель продюсера. «Провальные» проекты в работе продюсера.						
3.	Практ. зан. Продюсер и промоушн проекта. -Создание информационного тезиса кампании. -Трансформация его в слоганы. -Определение основных носителей и этапов рекламной кампании. -Проблема отбора главных лиц PR-кампании. -План-график кампании. - Определение бюджета кампании методами прямой рекламы. -Поддержка кампании через создание информационных поводов для СМИ. -Интернет-сайт, клипы и другие способы промоутирования. - Стратегия продажи прав на показ. -Территория распространения. - Реализация прав через дистрибуторов. -Продажа проекта на носителях и через Интернет. Практ. зан. Product placement (PP - размещение товара). - Основные принципы размещения PP: ключевые сцены, верхний и нижний пороги, дифференциация способов размещения. - Влияние бренда и других факторов на эффективность PP. -Дифференциация товаров и брендов - Цветовая товарная матрица. Производство проекта PP. - Работа отдела рекламы и развития в продюсерском агентстве.	4	8	46			
	ИТОГО		4	24/8ин теракт.	171/1 3 конт р	212	экзамен

4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов / з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
6,7 семестры	Введение. Объект, предмет, цели и задачи дисциплины «Основы продюсерского мастерства». Программное содержание дисциплины. Распределение учебного времени дисциплины. Виды учебных занятий по дисциплине. Литература дисциплины. Рекомендации по изучению дисциплины. Виды контроля освоения дисциплины.	2	
Раздел 1. Тема 1.«Основы продюсерского мастерства» как корпус социально-гуманитарного знания о культуре»			
Тема 1.1. «Основы продюсерского мастерства» как корпус социально-гуманитарного знания о культуре»	Лекция: «Основы продюсерского мастерства» как корпус социально-гуманитарного знания о культуре» Современная теоретическая и методологическая литература, содержащая подходы к анализу основ продюсерского мастерства.	2	
	Практические занятия: Работа продюсера над воплощением проекта. (интерактив) План 1. Календарно-постановочный план. 2. Выбор места действия продюсерского проекта. 3. Организация работ в павильоне. 4. Организация работы на внестудийных площадках. 5.Авторитаризм режиссера и первенство продюсера.	16 (из них 10 интерактив)	
Раздел 2 . «Цели и задачи продюсера»			
Тема 2.1. «Цели и задачи продюсера»	Лекция: «Цели и задачи продюсера» Креативная, организационная и финансовая составляющие работы продюсера. Разные виды продюсеров: генеральный, исполнительный и линейный. Личностные качества продюсера. Циклическая продюсерская продукция. Крупнейшие продюсеры современной России. Конечная цель продюсера. «Провальные» проекты в работе продюсера.	8	
	Практические занятия: Продюсер и постпродакшен. План 1. Роль продюсера в процессе готового материала. 2. Регулирование влияния режиссера и заказчика. 3. Цветокоррекция, компьютерная графика и спецэффекты. 4. Выбор технологий и себестоимость постпродакшена.	20 (из них 10 интерактив)	

	1. Самостоятельная работа. В чем различие между конечными целями продюсера и заказчика? 2. Основные производители циклической телепродукции в России. 3. Опишите жанровые предпочтения основных групп зрителей.	11	
Раздел 3. . «Работа продюсера на предварительном этапе»			
Тема 3.1. . «Работа продюсера на предварительном этапе»	Лекция: «Работа продюсера на предварительном этапе». Формулировка идеи проекта. Постоянный мониторинг интересов зрителей. Прогнозирование зрительских интересов. Зависимость интересов от социально-экономической ситуации в стране. Описание формата проекта. Жанр, формат, стиль. Определение аудитории проекта. Возраст, пол, территория, образование, доход. Роль опросов и интуиции в определении аудитории проекта. Определение способа дистрибуции. Открытый телепоказ, платный телеканал, кинопрокат, DVD, Интернет. Особенности работы продюсера с руководством телеканала, концертного зала, филармонии и других культурных центров. Идеология маркетинга проекта современного продюсерского центра. Определение схемы финансирования. Самостоятельное финансирование. Создание проекта по заказу. Кредитование. Работа над пакетом. Работа над поиском грантов. Продакт плейсмент. Страхование продюсера: от убытков, на брака реквизита, оборудования, допрасходов, ответственности перед третьими лицами, офисного оборудования. Девелопмент продюсерского проекта. Разработка сценария, подходов к кастингу, эскизы художественных решений, декорации, краткое описание технологии производства.	8	
	Практическое занятие. Продюсер и промоушн проекта. План 1. Создание информационного тезиса кампании. 2. Трансформация его в слоганы. 3. Определение основных носителей и этапов рекламной кампании. 4. Проблема отбора главных лиц PR-кампании. -План-график кампании. 5. Определение бюджета кампании методами прямой рекламы. 6. Поддержка кампании через создание информационных поводов для СМИ. 7. Интернет-сайт, клипы и другие способы	28 (из них 10 интерактив)	

	промоутирования. 8. Стратегия продажи прав на показ. 9. Территория распространения. 10. Реализация прав через дистрибуторов. 11. Продажа проекта на носителях и через Интернет.		
	Самостоятельная работа. 1. Какие режиссерские решения позволяют эффективно создавать программы? 2. Что такое повременно-премиальная форма оплаты труда? 3. Назовите основные отличия авторского и трудового договора, что является единым для всех видов договоров?	11	
Раздел 4. «Особенности работы продюсера с заказчиком».			
Тема 4.1. «Особенности работы продюсера с заказчиком».	Лекция: «Особенности работы продюсера с заказчиком». Начало работы с заказчиком. Создание привлекательной для заказчика разработки сценария. Противоречие между конечными целями заказчика и продюсера. Мотивации заказчика: рейтинг и имидж. Роль Dream Cast и основных участников проекта – исполнительного продюсера, режиссера и художника по костюмам в заключении сделки. Роль пилота в работе с заказчиком. Компромисс как единственный способ взаимодействия между продюсером и заказчиком. Нивелирование разницы походов к художественному решению проекта. Этапы показа заказчику производств. Делегирование успеха проекта заказчику.	8	
	Практические занятия: Оплата труда участников продюсерского проекта. План 1. Определение «продюсер» в современных законодательных актах РФ. 2. Трудовой договор. Смежные гражданско-правовые договоры – авторский, подряда, поручения, возмездного характера оказания услуг. 3. Повременно-премиальная форма оплаты услуг работника как основная форма оплаты услуг.	20	
	Самостоятельная работа. 1. Каковы функции researcher? 2. Что такое Breakdown и Production board? 3. Что такое Dream Cast?	16	
Раздел 5. «Особенности работы продюсера со сценарием».			

Тема 5.1. «Особенности работы продюсера со сценарием».	Лекция: «Особенности работы продюсера со сценарием». Сюжетообразующие элементы сценария. Коллективный характер работы над сценарием. Разработка сценария. Dream Cast и описание основных элементов художественного решения: натурные площадки, декорации, костюмы, музыка. Роль автора сценария. Размеры гонорара автора сценария. Авторская группа сценария: авторы сюжета, авторы диалогов, риайтеры. Синописис. Тритмент. Режиссерский вариант сценария. Экспликации: режиссерская, операторская. Главного художника, звукорежиссера. Breakdown (монтажировки). Постановочный проект сценария. Production board. Примерная стоимость разработки постановочного проекта сценария. Технический вариант сценария. Непрерывность работы над сценарием.	8	
	Практические занятия: Product placement (PP - размещение товара). План 1. Основные принципы размещения PP: ключевые сцены, верхний и нижний пороги, дифференциация способов размещения. 2. Влияние бренда и других факторов на эффективность PP. 3. Дифференциация товаров и брендов. 4. Цветовая товарная матрица. Производство проекта PP. 5. Работа отдела рекламы и развития в продюсерском агентстве.	20 (из них 10 интерактив)	
	Самостоятельная работа. 1. Что такое фандрайзинг? 2. Как реализуется технология product placement? 3. Каковы порядок участия в конкурсах и состав документации, необходимой для получения грантов? 4. Какие государственные учреждения России осуществляют финансирование телепроектов? 5. В каком фильме в России впервые была использована технология PP? 6. Какие жанры кино и ТВ наиболее подходят для реализации технологии PP?	16	
Вид итогового контроля: зачет, экзамен			
ВСЕГО:		36/108/54 /54/18= 216	

Содержание дисциплины

Тема 1. «Основы продюсерского мастерства» как корпус социально-гуманитарного знания о культуре

Современная теоретическая и методологическая литература, содержащая подходы к анализу основ продюсерского мастерства.

Тема 2. . «Цели и задачи продюсера»

Креативная, организационная и финансовая составляющие работы продюсера. Разные виды продюсеров: генеральный, исполнительный и линейный. Личностные качества продюсера. Циклическая продюсерская продукция. Крупнейшие продюсеры современной России. Конечная цель продюсера. «Провальные» проекты в работе продюсера.

Тема 3. «Работа продюсера на предварительном этапе» Часть 1.

Формулировка идеи проекта. Постоянный мониторинг интересов зрителей. Прогнозирование зрительских интересов. Зависимость интересов от социально-экономической ситуации в стране. Описание формата проекта. Жанр, формат, стиль.

«Работа продюсера на предварительном этапе» Часть 2.

Определение аудитории проекта. Возраст, пол, территория, образование, доход. Роль опросов и интуиции в определении аудитории проекта.

Определение способа дистрибуции. Открытый телепоказ, платный телеканал, кинопрокат, DVD, Интернет. Особенности работы продюсера с руководством телеканала, концертного зала, филармонии и других культурных центров.

«Работа продюсера на предварительном этапе» Часть 3.

Идеология маркетинга проекта современного продюсерского центра. Определение схемы финансирования. Самостоятельное финансирование. Создание проекта по заказу. Кредитование. Работа над пакетом. Работа над поиском грантов. Продакт плейсмент. Страхование продюсера: от убытков, на брака реквизита, оборудования, допрасходов, ответственности перед третьими лицами, офисного оборудования.

Девелопмент продюсерского проекта. Разработка сценария, подходов к кастингу, эскизы художественных решений, декорации, краткое описание технологии производства.

Тема 4. «Особенности работы продюсера с заказчиком». Часть 1.

Начало работы с заказчиком. Создание привлекательной для заказчика разработки сценария. Противоречие между конечными целями заказчика и продюсера. Мотивации заказчика: рейтинг и имидж. Роль Dream Cast и основных участников проекта – исполнительного продюсера, режиссера и художника по костюмам в заключении сделки. Роль пилота в работе с заказчиком.

«Особенности работы продюсера с заказчиком». Часть 2.

Компромисс как единственный способ взаимодействия между продюсером и заказчиком. Нивелирование разницы подходов к художественному решению проекта. Этапы показа заказчику производств. Делегирование успеха проекта заказчику.

Тема 5. «Особенности работы продюсера со сценарием».

Сюжетообразующие элементы сценария. Коллективный характер работы над сценарием. Разработка сценария. Dream Cast и описание основных элементов художественного решения: натурные площадки, декорации, костюмы, музыка. Роль автора сценария. Размеры гонорара автора сценария. Авторская группа сценария: авторы сюжета, авторы диалогов, райтеры. Синопис. Тритмент. Режиссерский вариант сценария.

Экспликации: режиссерская, операторская. Главного художника, звукорежиссера. Breakdown (монтажки). Постановочный проект сценария. Production board. Примерная стоимость разработки постановочного проекта сценария. Технический вариант сценария. Непрерывность работы над сценарием.

Тема 6. «Особенности работы продюсера во время кастинга».

Dream Cast как начало процесса. Кастинг как одна из главных составляющих успеха продюсерского проекта. Примерная пропорция при отборе актеров на проект. Расчет затрат при кастинге. Юридическая защита прав продюсера после окончания кастинга.

Темы практических занятий (очная форма обучения)

Практ. 1. Работа продюсера над воплощением проекта.

План

1. Календарно-постановочный план.
2. Выбор места действия продюсерского проекта.
3. Организация работ в павильоне.
4. Организация работы на внестудийных площадках.
5. Авторитаризм режиссера и первенство продюсера.

Литература

Основная

Музыкальное и театральное продюсирование : российский и зарубежный опыт : практ. советы + 1700 адресов лучших европейских агентств, продюсеров и промоутеров / [сост. и ред.: В. Бабкова]. – М. : Арт-Менеджер, 2009.

Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера : учебник / под ред. Г.П. Иванова [и др.]. - М. : Юнити-Дана, 2013.

Дубин Б. В. Интеллектуальные группы и символические формы. Очерки современной культуры. М., 2014.

Дополнительная

Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. – М. 2000.

Смелянский Д.Я. Продюсер в театральном процессе России. Организационно-творческий аспект : автореф. дис. ... канд. искусствоведения / Смелянский Д.Я. - М., 2000.

Ioffe J. Facebook's Russian Campaign // Bloomberg Businessweek (29.XII.10), http://www.businessweek.com/magazine/content/11_02/b4210032487137.htm.

Практ. 2. Продюсер и постпродакшен.

План

1. Роль продюсера в процессе готового материала.
2. Регулирование влияния режиссера и заказчика.
3. Цветокоррекция, компьютерная графика и спецэффекты.
4. Выбор технологий и себестоимость постпродакшена.

Литература

Основная

Мастерство продюсера кино и телевидения: учебник / под. ред. П. К. Огурчикова, В. В. Падейского, В. И. Сидоренко. - М. : Юнити-Дана, 2010.

Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. - М. 2000.

Дополнительная

Келлисон К. Продюсирование на телевидении : практ. подход / К. Келлисон ; [пер. с англ. Б.С. Станкевич]. - Минск : Гривцов Паблшер, 2008.

Корнеева С. Как зажигают "звезды" : технологии музыкального продюсирования / С. Корнеева. – М., 2004.

Ксинопуло М.П. Телевизионное продюсирование и тенденции его развития в современных условиях : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Ксинопуло М.П. ; Всерос. гос. ин-т кинематографии им. С.А. Герасимова. – М., 2006.

Практ. 3. Продюсер и промоушн проекта.

План

1. Создание информационного тезиса кампании.
2. Трансформация его в слоганы.
3. Определение основных носителей и этапов рекламной кампании.
4. Проблема отбора главных лиц PR-кампании. -План-график кампании.
5. Определение бюджета кампании методами прямой рекламы.
6. Поддержка кампании через создание информационных поводов для СМИ.
7. Интернет-сайт, клипы и другие способы промоутирования.
8. Стратегия продажи прав на показ.
9. Территория распространения.
10. Реализация прав через дистрибуторов.
11. Продажа проекта на носителях и через Интернет.

Литература

Основная

Сумская А.С. Феномен продюсирования. Взгляд из региона // Знак : проблемное поле медиаобразования. – 2010. – Т. 2, № 6. – С. 23 - 26.

Тютрюмов А.А. Сущностные основы продюсирования на телевидении // Вестн. Рос. акад. естественных наук. – 2012. - № 3. – С. 113-116.

Черномыс О. Продюсер: человек-оркестр // Гуманитарные технологии : центр тестирования и развития : [сайт]. - М., 1996 - 2014.

Черных А. Мир современных медиа. – М., 2007. Гл. 4.

Дополнительная

Корнеева С. Как зажигают "звезды" : технологии музыкального продюсирования / С. Корнеева. – М., 2004.

Ксинопуло М.П. Телевизионное продюсирование и тенденции его развития в современных условиях : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Ксинопуло М.П. ; Всерос. гос. ин-т кинематографии им. С.А. Герасимова. – М., 2006.

Практ. 4. Оплата труда участников продюсерского проекта.

План

1. Определение «продюсер» в современных законодательных актах РФ.
2. Трудовой договор. Смежные гражданско-правовые договоры – авторский, подряда, поручения, возмездного характера оказания услуг.
3. Повременно-премиальная форма оплаты услуг работника как основная форма оплаты услуг.

Литература

Основная

Атанесян А. Краткая инструкция для начинающего продюсера / А. Атанесян. - М. : Изд-во УНЦ ДО, 2004.

Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера : учебник / под ред. Г.П. Иванова [и др.]. - М. : Юнити-Дана, 2013.

Продюсерство : управленческие решения : учеб. пособие / [Л.А. Аль-Нсур и др.] ; под ред. В.С. Малышева, Ю.В. Кривоулицкого. – М. : ЮНИТИ : ЮНИТИ-ДАНА, 2012.

Дополнительная

Черных А. Мир современных медиа.– М., 2007 .

Иванов Д. В. Виртуализация общества. – Л., 2000.

Латинет рунет

Куб – электронная библиотека.

eDbd – поиск книг в электронной библиотеке.

Практ. 5. Product placement (PP - размещение товара).

План

1. Основные принципы размещения PP: ключевые сцены, верхний и нижний пороги, дифференциация способов размещения.
2. Влияние бренда и других факторов на эффективность PP.
3. Дифференциация товаров и брендов.
4. Цветовая товарная матрица. Производство проекта PP.
5. Работа отдела рекламы и развития в продюсерском агентстве.

Литература

Основная

Сумская А.С. Феномен продюсирования. Взгляд из региона // Знак : проблемное поле медиаобразования. – 2010. – Т. 2, № 6. – С. 23 - 26.

Тютрюмов А.А. Сущностные основы продюсирования на телевидении // Вестн. Рос. акад. естественных наук. – 2012. - № 3. – С. 113 - 116.

Черномыс О. Продюсер: человек-оркестр // Гуманитарные технологии : центр тестирования и развития : [сайт]. - М., 1996 - 2014.

Ивлиев, Г. П. Культурная политика и развитие законодательства о культуре в Российской Федерации: статьи и выступления / Г. П. Ивлиев. - М.: Норма, 2012.

Дубин Б. В. Интеллектуальные группы и символические формы. Очерки социологии современной культуры. – М., 2014.

Дополнительная

Атанесян А. Краткая инструкция для начинающего продюсера / А. Атанесян. - М. : Изд-во УНЦ ДО, 2004.

Келлисон К. Продюсирование на телевидении : практ. подход / К. Келлисон ; [пер. с англ. Б.С. Станкевич]. - Минск: Гривцов Паблицер, 2008.

Корнеева С. Как зажигают "звезды": технологии музыкального продюсирования / С. Корнеева. – М., 2004.

Ксинопуло М.П. Телевизионное продюсирование и тенденции его развития в современных условиях : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Ксинопуло М.П. ; Всерос. гос. ин-т кинематографии им. С.А. Герасимова. – М., 2006.

Барт Р. Эффект реальности // Избранные работы. Семиотика. Поэтика.- М., 2014.

Ioffe J. Facebook's Russian Campaign // Bloomberg Businessweek (29.XII.10),

http://www.businessweek.com/magazine/content/11_02/b4210032487137.htm.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

- лекционные занятия: лекция-визуализация, лекция-беседа, лекция-дискуссия;
- практические занятия;
- самостоятельная работа: обязательная самостоятельная работа студента по заданию преподавателя, выполняемая во внеаудиторное время;
- контроль за самостоятельной работой студента под руководством преподавателя.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Контроль освоения дисциплины

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры».

В целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме **зачета**.

Итоговая аттестация – экзамены

6.2. Оценочные средства

6.2. 1. Контрольные вопросы для проведения самостоятельной работы студентов очной и заочной форм обучения

1. В чем различие между конечными целями продюсера и заказчика?
2. Основные производители циклической телепродукции в России.
3. Опишите жанровые предпочтения основных групп зрителей.
4. Какие режиссерские решения позволяют эффективно создавать программы?
5. Что такое повременно-премиальная форма оплаты труда?
6. Назовите основные отличия авторского и трудового договора, что является единым для всех видов договоров?
7. Опишите виды сценариев телесериала.
8. Каковы функции researcher?
9. Что такое Breakdown и Production board?
10. Что такое Dream Cast?
11. Назовите две составляющие успеха телепроекта?
12. Что такое фандрайзинг?
13. Как реализуется технология product placement?
14. Каковы порядок участия в конкурсах и состав документации, необходимой для получения грантов?
15. Какие государственные учреждения России осуществляют финансирование телепроектов?
16. В каком фильме в России впервые была использована технология PP?
17. Какие жанры кино и ТВ наиболее подходят для реализации технологии PP?
18. Два способа финансирования телепроекта: достоинства и недостатки.
19. Как повлиял кризис на телепроизводство в России?
20. Назовите самый дорогой телепроект в России?
21. Какой фильм использовал в своем продвижении элементы вирусного маркетинга?
22. Что такое киномерчендайзинг?
23. Что такое съемка в HD?

6.2.2. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля студентов очной и заочной форм обучения

1. Роль генерального продюсера в производстве телепроекта.
2. Основные этапы продюсерской работы над сценарием.
3. Production board и его отличие от сценарной заявки.
4. Этапы создания продакт плейсмента (на примере одного проекта).
5. Анализ PR-кампании конкретного проекта.
6. Особенности работы продюсера с заказчиком.
7. Роль кастинга в успехе телепроекта (на примере одного проекта).
8. Формы оплаты участников телепроекта.

9. Основные продюсеры-производители телесериалов в России.
10. Фандрайзинг как способ финансирования продюсерского проекта.

6.2.3. Вопросы к зачету и экзамену (для всех форм обучения)

1. Социальная роль и статус продюсера в современном развитии искусств.
2. Мировоззрение и личные качества продюсера.
3. Деловые и профессиональные качества продюсера.
4. Сходства и различия в деятельности продюсера, менеджера, предпринимателя.
5. Продюсер - лидер, наставник, руководитель.
6. Продюсер - коммерсант, финансист, поставщик.
7. «Потребительски» и «непотребительский» рынки в продюсерской деятельности.
8. Идеино - тематическая основа первоисточника и предварительный подсчет производственно - финансовых затрат проектов театрализованных действий и шоу-программ.
9. Критерии отбора музыкальных, танцевально - пластических и оригинальных номеров для продюсерской разработки.
10. Основные цели и методика создания сюжетной рекламы.
11. Арт-менеджмент и его особенности.
12. Маркетинг в продюсерской деятельности.
13. Продюсерская идея и зрительский спрос.
14. Этапы культурного проектирования.
15. Цели, задачи, миссия культурного проектирования.
16. Методика продюсерских сметно-финансовых расчетов.
17. Организационное и информационное обеспечение фандрейзинга.
18. Стратегия и тактика фандрейзинга.
19. Основные условия составления списка доноров и спонсорского пакета.
20. Мотивы благотворителей и основные инструменты российского фандрейзинга.
21. Сетевой график организационно-творческой подготовки проекта театрализованного действия.
22. Разработка проекта договора в разделах: ответственность, обязательства, взаиморасчеты сторон при подготовке театрализованного действия.
23. Составление сметы расходов на проведение театрализованного действия по представленному сценарному плану. Предварительная и окончательная смета.
24. Разработка инструкции и ее вариативность при подготовке билетов: к продаже, реализации, возврату и списанию.
25. Кадровая политика при создании организационно - постановочной группы для проведения театрализованного действия.
26. Современная теоретическая и методологическая литература, содержащая подходы к анализу художественных практик продюсерского мастерства.
27. «Основы продюсерского мастерства» как корпус социально-гуманитарного знания о культуре.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (модуля)

7.1. Основная литература

Мастерство продюсера кино и телевидения : учебник / под ред. П.К. Огурчиков, В.И. Сидоренко, В.В. Падейский. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 860 с. : табл., граф., ил, схемы - (Медиаобразование). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01329-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114715>

Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера : учебник / под ред. Г.П. Иванова [и др.]. - М. : Юнити-Дана, 2013.

Тютрюмов А.А. Сущностные основы продюсирования на телевидении // Вестн. Рос. акад. естественных наук. – 2012. - № 3. – С. 113-116.

Ивлиев, Г. П. Культурная политика и развитие законодательства о культуре в Российской Федерации : статьи и выступления / Г. П. Ивлиев. - М.: Норма, 2012.

Культура России. Государство и культура : инф.-аналит. сборник. - М.: б/и, 2010 - 2015.

7.2. Дополнительная литература

Атанесян А. Краткая инструкция для начинающего продюсера / А. Атанесян. - М. : Изд-во УНЦ ДО, 2004.

Келлисон К. Продюсирование на телевидении : практ. подход / К. Келлисон ; [пер. с англ. Б.С. Станкевич]. - Минск : Гривцов Паблшер, 2008.

Корнеева С. Как зажигают "звезды" : технологии музыкального продюсирования / С. Корнеева. – М., 2004.

Ксинопуло М.П. Телевизионное продюсирование и тенденции его развития в современных условиях : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Ксинопуло М.П. ; Всерос. гос. ин-т кинематографии им. С.А. Герасимова. – М., 2006.

Барт Р. Эффект реальности // Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М., 2014.

Дубин Б. В. Интеллектуальные группы и символические формы. Очерки социологии современной культуры. – М., 2014.

Иванов Д. В. Виртуализация общества. – Л., 2000.

Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. – М. 2000.

Смелянский Д.Я. Продюсер в театральном процессе России. Организационно-творческий аспект : автореф. дис. ... канд. искусствоведения / Смелянский Д. Я. - М., 2000.

7.3. Периодические издания

«Культурная жизнь Юга России»

«Научная палитра»

«Культура и время перемен»

«Социально-культурная деятельность»

«Философские науки»

7.4. Интернет-ресурсы:

Латинет рунет

Куб – электронная библиотека.

eDbd – поиск книг в электронной библиотеке.

Онлайн библиотека: http://photographerslib.ru/index.php?link_id=cat#.T0M_AYdOg1I.

7.5. Методические указания и материалы по видам занятий

Учебная, учебно-методическая и иные библиотечно-информационные ресурсы обеспечивают учебный процесс и гарантирует возможность качественного освоения образовательной программы «Технологии продюсирования и промоутерства в социально-культурной сфере».

В КГИК функционирует электронная библиотечная система (ЭБС), которая обеспечивает авторизованный доступ к электронным изданиям по основным изучаемым дисциплинам из любой точки вуза, в которой имеется подключение к сети Интернет.

Самостоятельная работа студентов ведется под методическим руководством и по заданиям преподавателя.

7.6. Программное обеспечение

Компьютерный сетевой (Интернет) класс с установленными операционной системой Windows XP2007Server, пакетами MSOffice; MS office 2007 pro; Adobe CS6; Adobe Premiere Pro, Magic Samplitude, Sony Sound Forge Pro 9,10, Sony Vegas Pro 10, справочно-правовые системы Консультант Плюс, Гарант, выход в сеть Интернет, мультимедийный проектор, экран, мобильный стенд.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины «Технологии продюсирования и промоутерства в социально-культурной сфере» включает в себя презентацию лекционного курса и наборы иллюстративных и видео материалов по основным темам.

Для успешного преподавания дисциплины необходимы проекционное и видео оборудование.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций ОПОП ВО по направлению 51.03.03 – Социально-культурная деятельность Профиль подготовки – Постановка и продюсирование культурно-досуговых программ квалификация (степень) выпускника: бакалавр.

**Дополнения и изменения
к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)**

на 20__-20__ уч. год

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- _____;
- _____;
- _____.
- _____;
- _____;
- _____.

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры _____

(наименование)

Протокол № _____ от « ____ » _____ 20__ г.

Исполнитель(и):

_____ (должность)	_____ (подпись)	_____ (Ф.И.О.)	_____ (дата)
_____ (должность)	_____ (подпись)	_____ (Ф.И.О.)	_____ (дата)

Заведующий кафедрой

_____/_____/_____