В.М. ЛАВРУШИН

ОСНОВЫ ПРОДЮСЕРСКОГО МАСТЕРСТВА В ТЕАТРАЛИЗОВАННЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ И ПРАЗДНИКАХ

АДМИНИСТРАЦИЯ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
ДЕПАРТАМЕНТ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ ПО КУЛЬТУРЕ
ОБЛАСТНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СМОЛЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИСКУССТВ»

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной и воспитательной работе _____ Е.В.Горбылева
«_____» _____ 20____г.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 052a556b0039ad5f8c4f749b3ade26ca30
Владелец: Подгузова Елена Евгеньевна
Действителен: с 05.08.2022 по 29.10.2023

Обсуждена на заседании кафедры:

Зав. кафедрой _____ Ю.В.Иванова
Протокол № _____
от «_____» _____ 20____г.

В.М. ЛАВРУШИН

ОСНОВЫ ПРОДЮСЕРСКОГО МАСТЕРСТВА В ТЕАТРАЛИЗОВАННЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ И ПРАЗДНИКАХ

рабочая программа дисциплины для обучающихся по направлению
51.03.05 Режиссура театрализованных представлений и праздников,
направленности (профилю) - Театрализованные представления и праздники;
форме обучения: очной

Смоленск
2022

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Основы продюсерского мастерства в театрализованных представлениях и праздниках» являются познакомить студентов с основополагающими компонентами продюсерской деятельности, с принципами формирования и развития этого востребованного мастерства, с методами создания культурных проектов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО:

Является дисциплиной обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

ОПК-1 - способен применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике;

ПК-6 - способность осуществлять стратегическое и тактическое управление творческими коллективами, учреждениями культуры и искусства, вырабатывать организационно-управленческие решения в процессе продюсирования и постановки театрализованных представлений и праздников;

ПК-10 – готовность проявлять высокое профессиональное мастерство и демонстрировать уверенность во владении режиссерско-постановочной технологией при создании различных театрализованных и праздничных форм, включая разработку сценарной основы, процессы постановки и продюсирования.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основы культуроведения; принципы, методики и технологии социокультурного проектирования;
- цели и задачи воспитания, в том числе духовно-нравственного;
- возрастные и психологические особенности различных групп населения;
- специфику воздействия театрализованных и праздничных форм на обучающихся;
- задачи и направления реализации государственной культурной политики в учреждениях культуры, образования, спорта, основные тенденции в развитии современных форм режиссуры театрализованных представлений и праздников;
- теоретические аспекты планирования административно-организационной деятельности учреждений и организаций, развивающих сферу театрализованных представлений и праздников.

Уметь:

- участвовать в исследовательских и проектных работах в профессиональной сфере;
- формулировать актуальные задачи воспитания различных групп населения посредством приобщения к ценностям мировой и отечественной культуры; использовать различные методики воспитания творческой личности применительно к различным группам населения;
- применять полученные знания для эффективного планирования и осуществления административно-организационной деятельности в коллективах, учреждениях и организациях, занимающихся реализацией культурно-зрелищных программ для различных социальных групп;
- принимать стратегически взвешенные решения, связанные с особенностями управления творческими коллективами и учреждениями, осуществляющими культурно-массовую деятельность, и нести за них ответственность.

Владеть:

- навыками применения исследовательских и проектных методов в профессиональной сфере;
- навыками сбора, обработки, анализа и обобщения информацию о приоритетных направлениях развития социокультурной сферы и отдельных отраслей культуры;
- методикой использования средств театрализованных представлений и праздников для воспитания различных групп населения;

- умением анализировать эффективность средств театрализованных представлений и праздников в воспитании различных групп населения, развитии духовно- нравственной культуры общества;

- технологиями применения передового мирового опыта для достижения целей государственной культурной политики в организации работы коллективов и учреждений, осуществляющих культурно-зрелищную деятельность;

- навыками прогнозирования и оперативного реагирования на нестандартные ситуации в меру ответственности за принятые решения в управлении творческими коллективами и учреждениями, участвующими в реализации проектов театрализованных представлений и праздников.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр по очной форме обучения	Недели семестра по очной форме обучения	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость в часах по очной форме обучения					Форма текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) форма промежуточной аттестации (по семестрам) по очной форме обучения
				Лекции	Семинары	Практические	Практическая подготовка	Самостоятельная работа	
1	Тема 1. Основные подходы к изучению понятия «продюсер», «продюсерская деятельность» и ее ключевые функции	4	1-4	4	2	1	1	6	
2	Тема 2. Профессиональная этика продюсера и его команда	4	5-8	4	2	1	1	6	
3	Тема 3. Маркетинг в деятельности продюсера	4	9-12	4	2	1	1	4	
4	Тема 4. Менеджмент в деятельности продюсера	4	13-16	4	2	1	1	4	
5	Тема 5. Творческо-постановочная деятельность продюсера	4	17-18	2	1	1		4	Контрольная работа, зачет
6	Тема 6. Виды постановочных работ	5	1-2	2	1	1		4	
7	Тема 7. Классификация бизнес-проектов и методы управления ими	5	3-4	2	1	1		4	
8	Тема 8. Финансово-экономическая деятельность продюсера	5	5-6	2	1	1		4	
9	Тема 9. Нормативно-правовая база регулирования коммерческой и предпринимательской деятельности в продюсировании. Авторские и смежные права	5	7-8	2	1	1		4	
10	Тема 10. Договорные отношения субъектов прав	5	9-10	2	1	1		4	
11	Тема 11. Основы PR-технологий	5	11-12	2	1	1		4	
12	Тема 12. Имиджеология	5	13-14	2	1	1		4	

13	Тема 13. История театрально-концертного дела в России	5	15-16	2	1	1		4	
14	Тема 14. Бизнес-план	5	17-18	2	1	1		4	Реферат
15	Тема 15. Мировая арт-индустрия	6	1-2	2	1	1		4	
16	Тема 16. Диверсификация	6	3-4	2	1	1		4	
17	Тема 17. Механизмы финансирования в сфере культуры	6	5-6	2	1	1		4	
18	Тема 18. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии	6	7-8	2	1	1		4	
19	Тема 19. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности продюсера	6	9-10	2	1	1		4	
20	Тема 20. Сбытовая политика в арт-индустрии	6	11-12	2	1	1		4	Экзамен
ВСЕГО: 180				**48**	**24**	**20**	**4**	**84**	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При проведении занятий и организации самостоятельной работы обучающихся используются:

ТРАДИЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ, предполагающие передачу информации в готовом виде, формирование учебных умений по образцу:

- Лекции с использованием электронных презентаций
- Семинарские занятия в форме докладов с комментариями
- Дискуссия
- Представление результатов НИРС в форме мультимедиа - презентация
- Мини-конференция

Использование традиционных технологий обеспечивает ориентирование обучающегося в потоке информации, связанной с различными подходами к определению сущности, содержания, методов, форм развития продюсерского мастерства в театрализованных представлениях и праздниках.

Практические и семинарские занятия обеспечивают развитие и закрепление умений и навыков определения целей и задач развития, а также принятия наиболее эффективных решений по их реализации; анализ современных подходов к развитию продюсерского мастерства.

5.1. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ (ТЕМ) ДИСЦИПЛИНЫ
ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел / тема	**Количество часов по очной форме обучения (по заочной форме)**					
	Всего	**Лекций**	**Семинаров**	**Практических**	**Практическая подготовка**	**Самостоятельная работа студента**
Тема 1. Основные подходы к изучению понятия «продюсер», «продюсерская деятельность» и ее ключевые функции	14	4	2	1	1	6
Тема 2. Профессиональная этика продюсера и его команда	14	4	2	1	1	6
Тема 3. Маркетинг в деятельности продюсера	12	4	2	1	1	4
Тема 4. Менеджмент в деятельности продюсера	12	4	2	1	1	4
Тема 5. Творческо-постановочная деятельность продюсера	8	2	1	1		4
Тема 6. Виды постановочных работ	8	2	1	1		4
Тема 7. Классификация бизнес-проектов и методы управления ими	8	2	1	1		4

Тема 8. Финансово-экономическая деятельность продюсера	8	2	1	1		4
Тема 9. Нормативно-правовая база регулирования коммерческой и предпринимательской деятельности в продюсировании. Авторские и смежные права	8	2	1	1		4
Тема 10. Договорные отношения субъектов прав	8	2	1	1		4
Тема 11. Основы PR-технологий	8	2	1	1		4
Тема 12. Имиджеология	8	2	1	1		4
Тема 13. История театрально-концертного дела в России	8	2	1	1		4
Тема 14. Бизнес-план	8	2	1	1		4
Тема 15. Мировая арт-индустрия	8	2	1	1		4
Тема 16. Диверсификация	8	2	1	1		4
Тема 17. Механизмы финансирования в сфере культуры	8	2	1	1		4
Тема 18. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии	8	2	1	1		4
Тема 19. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности продюсера	8	2	1	1		4
Тема 20. Сбытовая политика в арт-индустрии	8	2	1	1		4
ИТОГО	**180**	**48**	**24**	**20**	**4**	**84**

Тема 1. Основные подходы к изучению понятия «продюсер», «продюсерская деятельность» и ее ключевые функции

Основы продюсерского мастерства. Понятие «продюсер». Понятие «продюсерская деятельность». Продюсер и менеджер культуры: определения, основные сходства и различия. Виды деятельности продюсера**.** Ключевые функции продюсерской деятельности. Три стороны продюсерской деятельности: художественно-творческая, организационно-предпринимательская, финансово-экономическая. Профессиональные компетенции и профессиональные качества продюсера.

Тема 2. Профессиональная этика продюсера и его команда

Этические нормы как неотъемлемая часть профессионализма продюсера, их роль в деловой практике. Продюсерская этика человеческих отношений, деловая и профессиональная этика. Этикет общения при встрече партнеров, общении по телефону и переписке по электронной почте. Этические рамки отношений типа «продюсер-артист». Репутация продюсера: сущность и составляющие. Состав команды продюсера, ее роль и значение.

Тема 3. Маркетинг в деятельности продюсера

Сущность, цели и задачи маркетинга. Значение маркетинговых исследований и маркетинговой информации для продюсера. Понятие и значение сегментации рынка культурно-досуговых программ. Основные направления маркетинга в деятельности продюсера. Разработка стратегии маркетинга идеи, замысла, сценария. Стратегия маркетинга в подготовительном периоде и на этапах производства и монтажа. Стратегия маркетинга и рекламы в прокате. Стратегия маркетинга и рекламы на этапе показа проекта. Маркетинговый контроль продюсера. Маркетинг как неотъемлемая часть деятельности продюсера.

Тема 4. Менеджмент в деятельности продюсера

Особенности менеджмента в российском шоу-бизнесе как основа деятельности продюсера. Шоу-бизнес как коммерческая деятельность в сфере развлекательных зрелищ. Менеджмент как система взаимоотношений между руководителем и подчиненным. Основные функции менеджмента в деятельности продюсера: организация: планирование; координация; мотивация; контроль. Продюсер как предприниматель. Продюсер как жесткий финансист и менеджер.

Тема 5. Творческо-постановочная деятельность продюсера

Творческая часть продюсерской деятельности. Выбор формы, разработка идейно-тематического замысла, определение композиционного построения предстоящей программы,

обоснование художественного образа, светового и музыкального решения. Определение творческих коллективов, участвующих в осуществлении продюсерского проекта. Обоснование использования технических средств, декораций и костюмов.

Тема 6. Виды постановочных работ

Работа продюсера над постановкой театрализованных представлений и праздников. Виды и этапы постановочных работ. Отбор художественных постановочных средств. Отбор технических средств. Поиск исполнителей. Работа с творческим коллективом. Репетиционный процесс. Показ постановки и осмысление результатов. Синхронность работы всех членов постановочной группы как сверхзадача постановки театрализованных представлений и праздников. Работа в условиях ограниченных возможностей репетиционного процесса

Тема 7. Классификация бизнес-проектов и методы управления ими

Основные характеристики бизнес-проектов. Классификация бизнес-проектов. Бизнес-проектирование как средство стратегического развития организации и основа инновационной деятельности. Области принятия и типы решений в управлении проектами. Методика оценки эффективности бизнес-проектов. Методы анализа рисков бизнес-проектов

Тема 8. Финансово-экономическая деятельность продюсера

Смета и бизнес-план работ по подготовке и проведению культурно-досуговых программ. Влияние бизнес-плана на творческий процесс. Коммерческая деятельность продюсера, ее правовые основы. Возмещение постановочных затрат культурно-досуговых программ. Поиск возможных источников финансового обеспечения социально-культурных проектов и их продвижения. Взаимодействие продюсера с инвесторами, спонсорами, фондами и органами государственного управления. Бюджетное и внебюджетное финансирование. Основные показатели рентабельности

Тема 9. Нормативно-правовая база регулирования коммерческой и предпринимательской деятельности в продюсировании. Авторские и смежные права

Авторское право в российском шоу-бизнесе. Принципы авторского права в российском шоу-бизнесе. Нормы авторского права. Закон Российской Федерации «Об авторском праве и смежных правах». Объекты авторского права. Субъекты авторского права. Соавторство. Возмещение убытков, взыскание незаконно полученного дохода и выплата компенсации как действенный способ защиты авторских и смежных прав. Личные неимущественные и имущественные права автора. Срок действия авторских прав. Изъятия из авторских прав.

Тема 10. Договорные отношения субъектов прав

Реформирование гражданского законодательства: перспективы развития договорного права. Принципы договорного права. Толкование договора. Понятие и основные особенности предпринимательского договора. Злоупотребление правом и обход закона в договорных отношениях. Особенности договорных отношений в сфере культуры и искусства. Виды гражданско-правовых договоров в сфере культуры.

Тема 11. Основы PR-технологий

PR-кампании. Пресс-конференция. Брифинг для журналистов. Презентация. Этапы проектирования PR-кампании. Аналитический этап: анализ проблем инициатора акции; характеристика ведущих ресурсов, необходимых и достаточных для проведения. Определение аудитории PR-кампании. Целеполагание. Концептуальный этап. Критерии оценки эффективности (планируемый результат). Интернет как рекламная и PR-площадка для продвижения продюсерских проектов

Тема 12. Имиджеология

Теоретические и методологические основы имиджеологии. Генезис представлений об имидже. Имидж - многообразие определений понятия. Функции имиджа. Атрибуты имиджа. Теоретические основы имиджеологии. Виды имиджеологии, их сравнительная характеристика.

Виды и классификации имиджа. Факторы, влияющие на развитие имиджа и его восприятие аудиторией. Понятие перцептивной реальности. Миф в структуре имиджа. Исследовательская деятельность в имиджмейкинге.

Тема 13. История театрально-концертного дела в России

Театрально-концертное дело в России до XVII века. Появление профессиональных артистов как социального класса. Деятельность скоморохов. Появление развитого театрально-концертного искусства в православных монастырях и храмах. Значение реформ Петра I в развитии театрально-концертного дела в России. Театрально-концертный менеджмент в XIX веке. Связь театрального искусства с деятельностью декабристов. Особенности развития театрально-концертного дела в XX веке.

Тема 14. Бизнес-план

Разработка бизнес-плана. Цели и задачи бизнес-плана. Элементы бизнес-плана: миссия или видение проекта; информация об отрасли и рынке; данные о партнерах; информация о численности персонала и описание должностей; финансовая информация, показывающая источники и направления использования инвестиций и будущей прибыли или доходов; план производства продуктов и услуг, включая творческие планы и графики производства культурных продуктов; описание политики по предоставлению бесплатных культурных услуг незащищенным категориям населения; юридические вопросы (лицензии, налоги, законодательные льготы и ограничения); критические риски проекта.

Тема 15. Мировая арт-индустрия

Мировая арт-индустрия как система: элементы и взаимосвязи. Исторические этапы развития и становления мировой арт-индустрии как системы. Основные предпосылки формирования мировой арт-индустрии как системы. Основные закономерности развития мировой арт-индустрии. Современный этап развития арт-индустрии. Роль арт-индустрии в жизни общества: позитивные и негативные аспекты. Основные сегменты арт-индустрии и историческая ретроспекция их развития

Тема 16. Диверсификация

Понятие, содержание, технологии и методы диверсификации и избегания рисков. Диверсификация как инструмент управления развитием организации. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии. Специфика отдельных видов арт-рынка в условиях развития современного российского общества.

Тема 17. Механизмы финансирования в сфере культуры

Фандрейзинг. Виды фандрейзинга. Этапы проведения фандрейзинга. Организационное и техническое обеспечение фандрейзинга. Планирование фандрейзинговой кампании. Информационное обеспечение фандрейзинга. Виды и размеры возможных субсидий. Специальные фандрейзинговые мероприятия. Фандрейзинг по почте и по телефону. Спонсорский пакет.

Тема 18. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии

Маркетинг и искусство. Эволюция маркетинга и культура современного российского общества. Коммерческая сфера искусства и маркетинг. Арт-маркетинг. Социальный маркетинг. Маркетинг некоммерческих организаций сферы искусства. Маркетинг сферы искусства по видам. Маркетинг музеев, галерей. Маркетинг театров. Маркетинг территорий. Маркетинг произведений искусства. Маркетинговая среда организаций искусства. Условия эффективного использования маркетинга в сфере искусства. Стратегии маркетинга в сфере арт-индустрии. Эффект и эффективность. Виды эффективности. Уровни анализа эффективности в сфере искусства. Методы анализа эффективности. Оценка коммерческой деятельности в сфере искусства. Оценка инвестиционных проектов в сфере искусства. Оптимизация структуры капитала организации арт-рынка.

Тема 19. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности продюсера

Виды планов в сфере культуры и искусства. Организация плановой деятельности. Определение приоритетов поддержки и развития искусства. Американская модель. Постсоветсткая модель. Культурные программы как метод управления в сфере искусства. Методы планирования. Проектный менеджмент в сфере арт-индустрии.

Тема 20. Сбытовая политика в арт-индустрии

Понятие технологии сбыта в арт-индустрии. Сбытовая политика. Виды стратегий сбыта. Каналы распределения, товародвижения и реализации и их определение как основное содержание сбытовой политики. Особенности процесса потребления в арт-индустрии и их учет при выработке стратегии сбыта и формировании сбытовой политике. Цена и стоимость продуктов арт-индустрии и их соотношение. Особенности ценообразования в сфере арт-индустрии. Факторы, влияющие на ценообразование в арт-индустрии

5.2. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Тема 1. Основные подходы к изучению понятия «продюсер», «продюсерская деятельность» и ее ключевые функции
Тема 2. Профессиональная этика продюсера и его команда
Тема 3. Маркетинг в деятельности продюсера
Тема 4. Менеджмент в деятельности продюсера
Тема 5. Творческо-постановочная деятельность продюсера
Тема 6. Виды постановочных работ
Тема 7. Классификация бизнес-проектов и методы управления ими
Тема 8. Финансово-экономическая деятельность продюсера
Тема 9. Нормативно-правовая база регулирования коммерческой и предпринимательской деятельности в продюсировании. Авторские и смежные права
Тема 10. Договорные отношения субъектов прав
Тема 11. Основы PR-технологий
Тема 12. Имиджеология
Тема 13. История театрально-концертного дела в России
Тема 14. Бизнес-план
Тема 15. Мировая арт-индустрия
Тема 16. Диверсификация
Тема 17. Механизмы финансирования в сфере культуры
Тема 18. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии
Тема 19. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности продюсера
Тема 20. Сбытовая политика в арт-индустрии

5.2.1. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Тема 1. Основные подходы к изучению понятия «продюсер», «продюсерская деятельность» и ее ключевые функции
Тема 2. Профессиональная этика продюсера и его команда
Тема 3. Маркетинг в деятельности продюсера
Тема 4. Менеджмент в деятельности продюсера

5.3. СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Тема 1. Основные подходы к изучению понятия «продюсер», «продюсерская деятельность» и ее ключевые функции
Тема 2. Профессиональная этика продюсера и его команда
Тема 3. Маркетинг в деятельности продюсера
Тема 4. Менеджмент в деятельности продюсера
Тема 5. Творческо-постановочная деятельность продюсера
Тема 6. Виды постановочных работ
Тема 7. Классификация бизнес-проектов и методы управления ими
Тема 8. Финансово-экономическая деятельность продюсера

Тема 9. Нормативно-правовая база регулирования коммерческой и предпринимательской деятельности в продюсировании. Авторские и смежные права
Тема 10. Договорные отношения субъектов прав
Тема 11. Основы PR-технологий
Тема 12. Имиджеология
Тема 13. История театрально-концертного дела в России
Тема 14. Бизнес-план
Тема 15. Мировая арт-индустрия
Тема 16. Диверсификация
Тема 17. Механизмы финансирования в сфере культуры
Тема 18. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии
Тема 19. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности продюсера
Тема 20. Сбытовая политика в арт-индустрии

5.4. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

№ п/п	Название раздела (темы) дисциплины	Виды СРС	Периодичность (сроки) контроля СРС	№ семестра	Время на изучение, выполнение задания
1	Тема 1. Основные подходы к изучению понятия «продюсер», «продюсерская деятельность» и ее ключевые функции	Составление конспекта, подготовка к семинарскому и практическому занятию	1-4 неделя	4	6
2	Тема 2. Профессиональная этика продюсера и его команда	Составление конспекта, подготовка к семинарскому и практическому занятию	5-8 неделя	4	6
3	Тема 3. Маркетинг в деятельности продюсера	Составление конспекта, подготовка к семинарскому и практическому занятию	912 неделя	4	4
4	Тема 4. Менеджмент в деятельности продюсера	Составление конспекта, подготовка к семинарскому и практическому занятию	13-16 неделя	4	4
5	Тема 5. Творческо-постановочная деятельность продюсера	Составление конспекта, подготовка к семинарскому и практическому занятию, подготовка к зачту	17-18 неделя	4	4
6	Тема 6. Виды постановочных работ	Составление конспекта, подготовка к семинарскому и практическому занятию	1-2 неделя	5	4
7	Тема 7. Классификация бизнес-проектов и методы управления ими	Составление конспекта, подготовка к семинарскому и практическому занятию	3-4 неделя	5	4
8	Тема 8. Финансово-экономическая деятельность продюсера	Составление конспекта, подготовка к семинарскому и практическому занятию	5-6 неделя	5	4
9	Тема 9. Нормативно-правовая база регулирования коммерческой и предпринимательской	Составление конспекта, подготовка к семинарскому и практическому занятию	7-8 неделя	5	4

	деятельности в продюсировании. Авторские и смежные права				
10	Тема 10. Договорные отношения субъектов прав	Составление конспекта, подготовка к семинарскому и практическому занятию	9-10 неделя	5	4
11	Тема 11. Основы PR-технологий				4
12	Тема 12. Имиджеология	Составление конспекта, подготовка к семинарскому и практическому занятию	11-12 неделя	5	4
13	Тема 13. История театрально-концертного дела в России	Составление конспекта, подготовка к семинарскому и практическому занятию	13-15 неделя	5	4
14	Тема 14. Бизнес-план	Составление конспекта, подготовка к семинарскому и практическому занятию, подготовка реферата	16-18 неделя	5	4
15	Тема 15. Мировая арт-индустрия	Составление конспекта, подготовка к семинарскому и практическому занятию	1-3 неделя	6	4
16	Тема 16. Диверсификация	Составление конспекта, подготовка к семинарскому и практическому занятию	4-6 неделя	6	4
17	Тема 17. Механизмы финансирования в сфере культуры	Составление конспекта, подготовка к семинарскому и практическому занятию	7-9 неделя	6	4
18	Тема 18. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии	Составление конспекта, подготовка к семинарскому и практическому занятию	10-12 неделя	6	4
19	Тема 19. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности продюсера	Составление конспекта, подготовка к семинарскому и практическому занятию	13-15 неделя	6	4
20	Тема 20. Сбытовая политика в арт-индустрии	Составление конспекта, подготовка к семинарскому и практическому занятию, подготовка к экзамену	16-18 неделя	6	4
				Итого по дисциплине	**84**

Курс ««Основы продюсерского мастерства в театрализованных представлениях и праздниках» предусматривает также самостоятельное его изучение. Формы самостоятельной работы:

- выполнение заданий, связанных с закреплением пройденного материала;
- подготовка к практическим занятиям
- подготовка к семинарским занятиям;

- подготовка реферата;
- подготовка к зачету.

Формы и методы контроля самостоятельной работы:
- ответы на практических занятиях
- ответы на семинарских занятиях;
- проверка словаря и выступление на терминологическом коллоквиуме;
- тестирование;
- контрольные и проверочные работы;
- зачет;
-экзамен.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Темы контрольных работ 4 семестр;
Вопросы к зачету 4 семестр;
Темы рефератов 5 семестр;
Вопросы к экзамену 6 семестр;
Задания для самостоятельной работы - 4-6 семестр.

ТЕМЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ (4 СЕМЕСТР)

1. Организационно-предпринимательская функция продюсерской деятельности.
2. Творческо-режиссёрская функция продюсерской деятельности.
3. Финансово-экономическая функция продюсерской деятельности.
4. Маркетинг в деятельности продюсера.
5. Менеджмент в деятельности продюсера.
6. «Социальный заказ» как основа организации и планирования работы режиссёрско-постановочной группы.
7. Режиссёрский замысел и сценарий будущей постановки как основа организации и планирования работы режиссёрско-постановочной группы.
8. Смета и бизнес-план работ по подготовке и проведению театрализованного представления.
9. Правовые основы коммерческой деятельности продюсера.
10. Возмещение постановочных затрат культурно-досуговых программ.

Критерии оценки контрольной работы:

Оценкой «отлично» оценивается контрольная работа, содержащая исчерпывающую и развернутую информацию по заданной теме.

Оценка «хорошо» выставляется за контрольную работу, содержащую неполную информацию по отдельным разделам (вопросам) работы, при этом смысл содержащейся информации не искажен.

Оценкой «удовлетворительно» оценивается работа, содержащая поверхностную и неполную информацию по заданной теме.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется за работу, содержащую недостоверную и неполную информацию по заданной теме. Работа, оцененная на «неудовлетворительно» должна быть выполнена студентом повторно.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ (4 семестр)

1. Понятие «продюсер». Понятие «продюсерская деятельность».
2. Продюсер и менеджер культуры: определения, основные сходства и различия.
3. Виды деятельности продюсера. Ключевые функции продюсерской деятельности.
4. Три стороны продюсерской деятельности: художественно-творческая, организационно-предпринимательская, финансово-экономическая.
5. Профессиональные компетенции и профессиональные качества продюсера.

6. Этические нормы как неотъемлемая часть профессионализма продюсера, их роль в деловой практике.
7. Продюсерская этика человеческих отношений, деловая и профессиональная этика.
8. Этикет общения при встрече партнеров, общении по телефону и переписке по электронной почте.
9. Этические рамки отношений типа «продюсер-артист».
10. Репутация продюсера: сущность и составляющие. Состав команды продюсера, ее роль и значение.
11. Сущность, цели и задачи маркетинга.
12. Значение маркетинговых исследований и маркетинговой информации для продюсера.
13. Понятие и значение сегментации рынка культурно-досуговых программ.
14. Основные направления маркетинга в деятельности продюсера.
15. Разработка стратегии маркетинга идеи, замысла, сценария.
16. Маркетинговый контроль продюсера.
17. Маркетинг как неотъемлемая часть деятельности продюсера.
18. Особенности менеджмента в российском шоу-бизнесе как основа деятельности продюсера.
19. Шоу-бизнес как коммерческая деятельность в сфере развлекательных зрелищ.
20. Менеджмент как система взаимоотношений между руководителем и подчиненным.
21. Основные функции менеджмента в деятельности продюсера: организация: планирование; координация; мотивация; контроль.
22. Продюсер как предприниматель. Продюсер как жесткий финансист и менеджер.
23. Творческая часть продюсерской деятельности.
24. Определение творческих коллективов, участвующих в осуществлении продюсерского проекта.
25. Обоснование использования технических средств, декораций и костюмов.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ (6 семестр)

1. Понятие «продюсер». Понятие «продюсерская деятельность».
2. Продюсер и менеджер культуры: определения, основные сходства и различия.
3. Виды деятельности продюсера. Ключевые функции продюсерской деятельности.
4. Три стороны продюсерской деятельности: художественно-творческая, организационно-предпринимательская, финансово-экономическая.
5. Профессиональные компетенции и профессиональные качества продюсера.
6. Этические нормы как неотъемлемая часть профессионализма продюсера, их роль в деловой практике.
7. Продюсерская этика человеческих отношений, деловая и профессиональная этика.
8. Этикет общения при встрече партнеров, общении по телефону и переписке по электронной почте.
9. Этические рамки отношений типа «продюсер-артист».
10. Репутация продюсера: сущность и составляющие. Состав команды продюсера, ее роль и значение.
11. Сущность, цели и задачи маркетинга.
12. Значение маркетинговых исследований и маркетинговой информации для продюсера.
13. Понятие и значение сегментации рынка культурно-досуговых программ.
14. Основные направления маркетинга в деятельности продюсера.
15. Разработка стратегии маркетинга идеи, замысла, сценария.
16. Маркетинговый контроль продюсера.
17. Маркетинг как неотъемлемая часть деятельности продюсера.
18. Особенности менеджмента в российском шоу-бизнесе как основа деятельности продюсера.
19. Шоу-бизнес как коммерческая деятельность в сфере развлекательных зрелищ.
20. Менеджмент как система взаимоотношений между руководителем и подчиненным.
21. Основные функции менеджмента в деятельности продюсера: организация: планирование; координация; мотивация; контроль.
22. Продюсер как предприниматель. Продюсер как жесткий финансист и менеджер.

23. Творческая часть продюсерской деятельности.
24. Определение творческих коллективов, участвующих в осуществлении продюсерского проекта.
25. Обоснование использования технических средств, декораций и костюмов.
26. Работа продюсера над постановкой театрализованных представлений и праздников.
27. Виды и этапы постановочных работ.
28. Отбор художественных постановочных средств. Отбор технических средств.
29. Поиск исполнителей. Работа с творческим коллективом.
30. Репетиционный процесс. Показ постановки и осмысление результатов.
31. Основные характеристики бизнес-проектов. Классификация бизнес-проектов.
32. Области принятия и типы решений в управлении проектами.
33. Методика оценки эффективности бизнес-проектов.
34. Методы анализа рисков бизнес-проектов
35. Смета и бизнес-план работ по подготовке и проведению культурно-досуговых программ.
36. Коммерческая деятельность продюсера, ее правовые основы.
37. Возмещение постановочных затрат культурно-досуговых программ.
38. Поиск возможных источников финансового обеспечения социально-культурных проектов и их продвижения.
39. Взаимодействие продюсера с инвесторами, спонсорами, фондами и органами государственного управления.
40. Бюджетное и внебюджетное финансирование.
41. Основные показатели рентабельности
42. Авторское право в российском шоу-бизнесе.
43. Принципы авторского права в российском шоу-бизнесе. Нормы авторского права.
44. Закон Российской Федерации «Об авторском праве и смежных правах».
45. Объекты авторского права. Субъекты авторского права. Соавторство.
46. Возмещение убытков, взыскание незаконно полученного дохода и выплата компенсации как действенный способ защиты авторских и смежных прав.
47. Личные неимущественные и имущественные права автора.
48. Срок действия авторских прав. Изъятия из авторских прав.
49. Злоупотребление правом и обход закона в договорных отношениях.
50. Особенности договорных отношений в сфере культуры и искусства. Виды гражданско-правовых договоров в сфере культуры.
51. PR-кампании. Пресс-конференция. Брифинг для журналистов. Презентация.
52. Определение аудитории PR-кампании. Целеполагание. Концептуальный этап.
53. Критерии оценки эффективности (планируемый результат).
54. Интернет как рекламная и PR-площадка для продвижения продюсерских проектов
55. Теоретические и методологические основы имиджеологии. Генезис представлений об имидже.
56. Теоретические основы имиджеологии.
57. Виды имиджеологии, их сравнительная характеристика. Виды и классификации имиджа.
58. Факторы, влияющие на развитие имиджа и его восприятие аудиторией.
59. Исследовательская деятельность в имиджмейкинге.
60. Театрально-концертное дело в России до XVII века. Появление профессиональных артистов как социального класса. Деятельность скоморохов.
61. Значение реформ Петра I в развитии театрально-концертного дела в России.
62. Театрально-концертный менеджмент в XIX веке. Связь театрального искусства с деятельностью декабристов.
63. Особенности развития театрально-концертного дела в XX веке.
64. Разработка бизнес-плана. Цели и задачи бизнес-плана. Элементы бизнес-плана
65. Мировая арт-индустрия как система: элементы и взаимосвязи. Исторические этапы развития и становления мировой арт-индустрии как системы.
66. Основные предпосылки формирования мировой арт-индустрии как системы.
67. Основные закономерности развития мировой арт-индустрии. Современный этап развития арт-индустрии.

68. Понятие, содержание, технологии и методы диверсификации и избегания рисков.
69. Диверсификация как инструмент управления развитием организации.
70. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии.
71. Фандрейзинг. Виды фандрейзинга. Этапы проведения фандрейзинга.
72. Организационное и техническое обеспечение фандрейзинга. Планирование фандрейзинговой кампании.
73. Виды и размеры возможных субсидий.
74. Специальные фандрейзинговые мероприятия.
75. Фандрейзинг по почте и по телефону. Спонсорский пакет.
76. Эволюция маркетинга и культура современного российского общества.
77. Коммерческая сфера искусства и маркетинг.
78. Стратегии маркетинга в сфере арт-индустрии.
79. Эффект и эффективность. Виды эффективности.
80. Оценка коммерческой деятельности в сфере искусства.
81. Оценка инвестиционных проектов в сфере искусства.
82. Виды планов в сфере культуры и искусства. Организация плановой деятельности.
83. Культурные программы как метод управления в сфере искусства.
84. Методы планирования. Проектный менеджмент в сфере арт-индустрии.
85. Понятие технологии сбыта в арт-индустрии. Сбытовая политика. Виды стратегий сбыта.
86. Каналы распределения, товародвижения и реализации и их определение как основное содержание сбытовой политики.
87. Особенности процесса потребления в арт-индустрии и их учет при выработке стратегии сбыта и формировании сбытовой политике.
88. Цена и стоимость продуктов арт-индустрии и их соотношение.
89. Особенности ценообразования в сфере арт-индустрии.
90. Факторы, влияющие на ценообразование в арт-индустрии

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. История и причины возникновения профессии «продюсер»
2. Правовые основы продюсерской деятельности
3. Организационно-предпринимательская функция продюсерской деятельности.
4. Творческо-режиссёрская функция продюсерской деятельности
5. Финансово-экономическая функция продюсерской деятельности
6. Маркетинг в деятельности продюсера.
7. Менеджмент в деятельности продюсера.
8. Особенности продюсерской деятельности в Российской Федерации
9. М.В. Лентовский как первый продюсер России: биография, анализ деятельности
10. С.П. Дягилев как первый продюсер России: биография, анализ деятельности
11. Развитие продюсирования в театральном деле XX века
12. Развитие продюсирования в театральном деле XXI века
13. Развитие продюсирования в концертном деле
14. Развитие продюсирования в Российской Федерации
15. Выдающиеся продюсеры Российской Федерации
16. Особенности продюсирования театрализованных представлений и праздников
17. Особенности продюсерской деятельности в различных странах
18. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности продюсера.
19. Типология продюсеров
20. Профессиональные компетенции и профессиональные качества продюсера
21. Профессиональная этика продюсера и его команда
22. Механизмы финансирования в сфере культуры
23. Фандрайзинг как способ финансирования проекта
24. Классификация бизнес-проектов и методы управления ими
25. Основы PR-технологий

26. История театрально-концертного дела в России
27. Мировая арт-индустрия
28. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии
29. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности продюсера
30. Сбытовая политика в арт-индустрии

Критерии оценки реферата

Оценка «отлично» выставляется за работу, в которой обоснована актуальность избранной темы. Полно и четко представлены основные теоретические понятия. В заключении сформулированы развернутые выводы. Работа грамотно оформлена.

Оценка «хорошо» выставляется за работу, в которой во введении раскрыта актуальность темы. Представлен круг основной литературы по теме. Во второй части дано описание культурно-исторического периода. В заключении сформулированы общие выводы. Работа тщательно оформлена.

Оценка «удовлетворительно» выставляется за работу, в которой отсутствует актуальность темы. Библиография ограничена. В заключении сформулированы общие выводы. Оформление работы соответствует требованиям.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется за работу, в которой нет введения и заключения. В объеме и оформлении работы имеют место грубые недостатки. Неудовлетворительно оформлен список литературы. Изложение носит репродуктивный характер. Выводы не сформулированы.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.

7.1. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

7.1.1. ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Конституция РФ
2. Гражданский кодекс РФ (часть четвертая)
3. Налоговый кодекс РФ (часть вторая)
4. Кодекс РФ об административных правонарушениях
5. Уголовный кодекс РФ
6. Роднянский, А.Е. Выходит продюсер / А.Е. Роднянский. — 2-е изд., доп. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2016. — 420 с. — ISBN 978-5-00057-885-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: https://e.lanbook.com/book/91644
7. Огурчиков П.К., Сидоренко В.И. Иванов Г. П. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера: Учебник для вузов / Под ред. Г.П. Иванова, П.К. Огурчикова, В.И. Сидоренко. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 719 с. - ISBN 978-5-238-00479-6. - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/product/1028600
8. Малышев В. С. Криволуцкий Ю. В. Продюсерство. Управленческие решения: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Продюсерство кино и телевидения», «Продюсерство» и другим кинематографическим специальностям / под ред. В.С. Малышева, Ю.В. Криволуцкого. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017- 376 с. -(Серия «Медиаобразование»). - ISBN 978-5-238-02318-2. - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/product/1028893

7.1.2. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. PR: теория и практика: учебник / Д. Е. Баранов [и др.] ; ред. М. А. Лукашенко. - М. : Маркет ДС, 2010. - 327 с.
2. Артемьева Т.В. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования: Учебное пособие./ Т.В.Артемьева, Г.Л.Тульчинский - СПб.: Издательство Лань; Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ, 2010. - 288 с.
3. Атанесян А. Краткая инструкция для начинающего продюсера. - 2-е изд. - М.: ЛОКИД-пресс, 2007. - 131 с.

4. Жарков, А. Д. Продюсирование и постановка шоу-программ : учеб. для студентов вузов культуры и искусств / А. Д. Жарков ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2009. - 470 с.
5. Жданова, Е. И. Управление и экономика в шоу-бизнесе : учеб. пособие / Е. И. Жданова, С. В. Иванов, Н. В. Кротова. - М. : Финансы и статистика, 2003. - 173 с.
6. Игнатьева, Е. Л. Экономика культуры : учеб. пособие / Е. Л. Игнатьева. - 2-е изд. ; уточн. и доп. - М. : ГИТИС, 2006. - 229 с.
7. Косинова, М.И. История кинопродюсерства в России : учеб. пособие / М. И. Косинова ; под ред. В.И. Фомина. - М.; Рязань : Узорочье, 2004. - 332 с.
8. Корнеева, С. Как зажигают "звезды": Технологии музыкального продюсирования / С. Корнеева. - СПб. : Питер, 2004. - 315 с.
9. Корнеева, С. М. Музыкальный менеджмент : учеб. пособие / С. М. Корнеева. - М. : Юнити, 2006. - 303 с.
10. Климкович, Е. В. Основы продюсерства и промоутерства [Текст] : учебно-методический комплекс для студентов направления 071401.65 "Социально-культурная деятельность" (квалификация "Менеджер социально-культурной деятельности") / Е. В. Климкович. - М. : МГУУ ПМ, 2012. - 52 с.
11. Макнаб Д. «Профессия: кинопродюсер». - М.: РИПОЛ классик, 2014.
12. Мастерство продюсера кино и телевидения : учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. "Продюсерство кино и телевидения"(071103) и др. спец. / под ред. П. К. Огурчикова, В. В. Падейского, В. И. Сидоренко. - М. : Юнити, 2009
13. Молчанов И.Н. Продюсерство. Управленческие решения / Молчанов И.Н., Аль-Нсур Л.А., Калинин С.А., Криволуцкий Ю.В. и др. - М: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 376 с.
14. Огурчиков П.К. Мастерство продюсера кино и телевидения: учебник для студентов вузов/ под ред. П.К.Огурчикова, В.В.Падейского, В.И.Сидоренко. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 836 с.
15. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера: Учебник для вузов/ Под ред. Г.П. Иванова, П.К. Огурчикова, В.С. Сидоренко. - М.: ЮНИАТИ-ДАНА, 2003.-719 с.
16. Огурчиков П.К. Профессия продюсер кино и телевидения. учебник для студентов/ под ред. В.И. Сидоренко, П.К.Огурчикова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 711 с.
17. Рожков И.Я. Брендинг: учебник для бакалавров / И.Я.Рожков, В.Г. Кисмерешкин. - М.: Издательство Юрайт, 2013. - 331 с
18. Сидоренко В.И. Планирование производственно - экономических и постановочных ресурсов при создании аудиовизуальной продукции в условиях рынка. - М.: ВГИК, 2000 г. Макнаб Д. «Профессия: кинопродюсер». - М.: РИПОЛ классик, 2014.
19. Творческие индустрии: теории и практики/ Е.Зеленцова, Н.Гладких. - М.: Издательский дом Классика-XXI, 2010.- 240 с.
20. Тульчинский, Григорий Львович. Менеджмент специальных событий в сфере культуры: учеб. пособие / Тульчинский Григорий Львович, Лохина Татьяна Евгеньевна, Герасимов Сергей Викторович ; Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина ; С.-Петерб. гос. ун-т. - Москва : Планета музыки, 2010. - 384 с.
21. Ушакова, Н.В. Имиджелогия : учебное пособие / Н.В. Ушакова, А.Ф. Стрижова. - 3-е изд., испр. - Москва : Дашков и К, 2012. - 262 с. - Режим доступа: ЭБС Ай Пи Ар Букс.
22. Хэзмондалш Д. Культурные индустрии/ Дэвид Хэзмолдалш; пер. с англ. Инны Кушнаревой. Москва: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2014 - 453 с
23. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций [Электронный ресурс]: учебное пособие / Шпаковский В. О. - Москва: Дашков и К, 2013. - 128 с. - режим доступа: ЭБС Ай Пи Эр Букс.
24. Щербакова, И. Как стать успешным промоутером. Концертный бизнес в России [Текст] : учеб. пособие / И. Щербакова, И. Бортнюк. - СПб. : Питер, 2011. - 191 с.

7.2. СРЕДСТВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

7.2.1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ И МАТЕРИАЛЫ ПО ВИДАМ ЗАНЯТИЙ

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Основные подходы к изучению понятия «продюсер», «продюсерская деятельность» и ее ключевые функции

План:

1. Понятие «продюсер». Понятие «продюсерская деятельность».
2. Продюсер и менеджер культуры: определения, основные сходства и различия.
3. Виды деятельности продюсера.
4. Ключевые функции продюсерской деятельности.
5. Профессиональные компетенции и профессиональные качества продюсера.

Тема 2. Профессиональная этика продюсера и его команда

План:

1. Этические нормы как неотъемлемая часть профессионализма продюсера, их роль в деловой практике.
2. Продюсерская этика человеческих отношений, деловая и профессиональная этика.
3. Этикет общения при встрече партнеров, общении по телефону и переписке по электронной почте.
4. Этические рамки отношений типа «продюсер-артист».
5. Репутация продюсера: сущность и составляющие.
6. Состав команды продюсера, ее роль и значение.

Тема 3. Маркетинг в деятельности продюсера

План:

1. Сущность, цели и задачи маркетинга.
2. Значение маркетинговых исследований и маркетинговой информации для продюсера.
3. Понятие и значение сегментации рынка культурно-досуговых программ.
4. Основные направления маркетинга в деятельности продюсера.
5. Разработка стратегии маркетинга идеи, замысла, сценария.
6. Маркетинговый контроль продюсера.
7. Маркетинг как неотъемлемая часть деятельности продюсера.

Тема 4. Менеджмент в деятельности продюсера

План:

1. Особенности менеджмента в российском шоу-бизнесе как основа деятельности продюсера.
2. Шоу-бизнес как коммерческая деятельность в сфере развлекательных зрелищ.
3. Менеджмент как система взаимоотношений между руководителем и подчиненным.
4. Основные функции менеджмента в деятельности продюсера: организация: планирование; координация; мотивация; контроль.
5. Продюсер как предприниматель.
6. Продюсер как жесткий финансист и менеджер.

Тема 5. Творческо-постановочная деятельность продюсера

План:

1. Творческая часть продюсерской деятельности.
2. Выбор формы, разработка идейно-тематического замысла, определение композиционного построения предстоящей программы, обоснование художественного образа, светового и музыкального решения.
3. Определение творческих коллективов, участвующих в осуществлении продюсерского проекта.
4. Обоснование использования технических средств, декораций и костюмов.

Тема 6. Виды постановочных работ

План:

1. Работа продюсера над постановкой театрализованных представлений и праздников.
2. Виды и этапы постановочных работ.
3. Отбор художественных постановочных средств. Отбор технических средств.
4. Поиск исполнителей.
5. Работа с творческим коллективом. Репетиционный процесс.
6. Показ постановки и осмысление результатов.
7. Синхронность работы всех членов постановочной группы как сверхзадача постановки театрализованных представлений и праздников.
8. Работа в условиях ограниченных возможностей репетиционного процесса

Тема 7. Классификация бизнес-проектов и методы управления ими
План:
1. Основные характеристики бизнес-проектов. Классификация бизнес-проектов.
2. Бизнес-проектирование как средство стратегического развития организации и основа инновационной деятельности.
3. Области принятия и типы решений в управлении проектами.
4. Методика оценки эффективности бизнес-проектов.
5. Методы анализа рисков бизнес-проектов

Тема 8. Финансово-экономическая деятельность продюсера
План:
1. Смета и бизнес-план работ по подготовке и проведению культурно-досуговых программ.
2. Влияние бизнес-плана на творческий процесс.
3. Коммерческая деятельность продюсера, ее правовые основы.
4. Возмещение постановочных затрат культурно-досуговых программ.
5. Поиск возможных источников финансового обеспечения социально-культурных проектов и их продвижения.
6. Взаимодействие продюсера с инвесторами, спонсорами, фондами и органами государственного управления.
7. Бюджетное и внебюджетное финансирование. Основные показатели рентабельности

Тема 9. Нормативно-правовая база регулирования коммерческой и предпринимательской деятельности в продюсировании. Авторские и смежные права
План:
1. Авторское право в российском шоу-бизнесе.
2. Принципы авторского права в российском шоу-бизнесе. Нормы авторского права.
3. Закон Российской Федерации «Об авторском праве и смежных правах».
4. Объекты авторского права. Субъекты авторского права. Соавторство.
5. Возмещение убытков, взыскание незаконно полученного дохода и выплата компенсации как действенный способ защиты авторских и смежных прав.
6. Личные неимущественные и имущественные права автора.
7. Срок действия авторских прав. Изъятия из авторских прав.

Тема 10. Договорные отношения субъектов прав
План:
1. Реформирование гражданского законодательства: перспективы развития договорного права.
2. Принципы договорного права.
3. Толкование договора. Понятие и основные особенности предпринимательского договора.
4. Злоупотребление правом и обход закона в договорных отношениях.
5. Особенности договорных отношений в сфере культуры и искусства.
6. Виды гражданско-правовых договоров в сфере культуры.

Тема 11. Основы PR-технологий
План:
1. PR-кампании.
2. Пресс-конференция.
3. Брифинг для журналистов. Презентация.
4. Этапы проектирования PR-кампании.
5. Аналитический этап..
6. Концептуальный этап.
7. Критерии оценки эффективности (планируемый результат).
8. Интернет как рекламная и PR-площадка для продвижения продюсерских проектов

Тема 12. Имиджеология
План:
1. Теоретические и методологические основы имиджеологии.
2. Генезис представлений об имидже.
3. Функции имиджа. Атрибуты имиджа.
4. Теоретические основы имиджеологии.
5. Виды имиджеологии, их сравнительная характеристика.
6. Виды и классификации имиджа.
7. Факторы, влияющие на развитие имиджа и его восприятие аудиторией.

Тема 13. История театрально-концертного дела в России
План:
1. Театрально-концертное дело в России до XVII века. Появление профессиональных артистов как социального класса.
2. Появление развитого театрально-концертного искусства в православных монастырях и храмах.
3. Значение реформ Петра I в развитии театрально-концертного дела в России.
4. Театрально-концертный менеджмент в XIX веке.
5. Особенности развития театрально-концертного дела в XX веке.

Тема 14. Бизнес-план
План:
1. Разработка бизнес-плана.
2. Цели и задачи бизнес-плана.
3. Элементы бизнес-плана.

Тема 15. Мировая арт-индустрия
План:
1. Мировая арт-индустрия как система: элементы и взаимосвязи.
2. Исторические этапы развития и становления мировой арт-индустрии как системы.
3. Основные предпосылки формирования мировой арт-индустрии как системы.
4. Основные закономерности развития мировой арт-индустрии.
5. Современный этап развития арт-индустрии.
6. Роль арт-индустрии в жизни общества: позитивные и негативные аспекты.
7. Основные сегменты арт-индустрии и историческая ретроспекция их развития

Тема 16. Диверсификация
План:
1. Понятие, содержание, технологии и методы диверсификации и избегания рисков.
2. Диверсификация как инструмент управления развитием организации.
3. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии.
4. Специфика отдельных видов арт-рынка в условиях развития современного российского общества.

Тема 17. Механизмы финансирования в сфере культуры

План:

1. Фандрейзинг. Виды фандрейзинга.
2. Этапы проведения фандрейзинга.
3. Организационное и техническое обеспечение фандрейзинга.
4. Планирование фандрейзинговой кампании.
5. Информационное обеспечение фандрейзинга.
6. Виды и размеры возможных субсидий.
7. Специальные фандрейзинговые мероприятия.
8. Фандрейзинг по почте и по телефону.
9. Спонсорский пакет.

Тема 18. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии

План:

1. Маркетинг и искусство.
2. Эволюция маркетинга и культура современного российского общества.
3. Коммерческая сфера искусства и маркетинг.
4. Маркетинг некоммерческих организаций сферы искусства.
5. Маркетинг сферы искусства по видам.
6. Условия эффективного использования маркетинга в сфере искусства.
7. Стратегии маркетинга в сфере арт-индустрии.
8. Эффект и эффективность. Виды эффективности.
9. Уровни анализа эффективности в сфере искусства.

Тема 19. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности продюсера

План:

1. Виды планов в сфере культуры и искусства.
2. Организация плановой деятельности.
3. Определение приоритетов поддержки и развития искусства.
4. Американская модель. Постсоветсткая модель.
5. Культурные программы как метод управления в сфере искусства.
6. Методы планирования. Проектный менеджмент в сфере арт-индустрии.

Тема 20. Сбытовая политика в арт-индустрии

План:

1. Понятие технологии сбыта в арт-индустрии.
2. Сбытовая политика. Виды стратегий сбыта.
3. Каналы распределения, товародвижения и реализации и их определение как основное содержание сбытовой политики.
4. Особенности процесса потребления в арт-индустрии и их учет при выработке стратегии сбыта и формировании сбытовой политике.
5. Цена и стоимость продуктов арт-индустрии и их соотношение.
6. Особенности ценообразования в сфере арт-индустрии.
7. Факторы, влияющие на ценообразование в арт-индустрии

ЛИТЕРАТУРА ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ:

1. Роднянский, А.Е. Выходит продюсер / А.Е. Роднянский. — 2-е изд., доп. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2016. — 420 с. — ISBN 978-5-00057-885-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: https://e.lanbook.com/book/91644
2. Огурчиков П.К., Сидоренко В.И. Иванов Г. П. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера: Учебник для вузов / Под ред. Г.П. Иванова, П.К. Огурчикова, В.И. Сидоренко. - М. :

ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 719 с. - ISBN 978-5-238-00479-6. - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/product/1028600
3. Малышев В. С. Криволуцкий Ю. В. Продюсерство. Управленческие решения: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Продюсерство кино и телевидения», «Продюсерство» и другим кинематографическим специальностям / под ред. В.С. Малышева, Ю.В. Криволуцкого. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017- 376 с. -(Серия «Медиаобразование»). - ISBN 978-5-238-02318-2. - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/product/1028893
4. PR: теория и практика: учебник / Д. Е. Баранов [и др.] ; ред. М. А. Лукашенко. - М. : Маркет ДС, 2010. - 327 с.
5. Артемьева Т.В. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования: Учебное пособие./ Т.В.Артемьева, Г.Л.Тульчинский - СПб.: Издательство Лань; Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ, 2010. - 288 с.
6. Атанесян А. Краткая инструкция для начинающего продюсера. - 2-е изд. - М.: ЛОКИД-пресс, 2007. - 131 с.
7. Жарков, А. Д. Продюсирование и постановка шоу-программ : учеб. для студентов вузов культуры и искусств / А. Д. Жарков ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2009. - 470 с.
8. Жданова, Е. И. Управление и экономика в шоу-бизнесе : учеб. пособие / Е. И. Жданова, С. В. Иванов, Н. В. Кротова. - М. : Финансы и статистика, 2003. - 173 с.
9. Игнатьева, Е. Л. Экономика культуры : учеб. пособие / Е. Л. Игнатьева. - 2-е изд. ; уточн. и доп. - М. : ГИТИС, 2006. - 229 с.
10. Косинова, М.И. История кинопродюсерства в России : учеб. пособие / М. И. Косинова ; под ред. В.И. Фомина. - М.; Рязань : Узорочье, 2004. - 332 с.
11. Корнеева, С. Как зажигают "звезды": Технологии музыкального продюсирования / С. Корнеева. - СПб. : Питер, 2004. - 315 с.
12. Корнеева, С. М. Музыкальный менеджмент : учеб. пособие / С. М. Корнеева. - М. : Юнити, 2006. - 303 с.
13. Климкович, Е. В. Основы продюсерства и промоутерства [Текст] : учебно-методический комплекс для студентов направления 071401.65 "Социально-культурная деятельность" (квалификация "Менеджер социально-культурной деятельности") / Е. В. Климкович. - М. : МГУУ ПМ, 2012. - 52 с.
14. Макнаб Д. «Профессия: кинопродюсер». - М.: РИПОЛ классик, 2014.
15. Мастерство продюсера кино и телевидения : учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. "Продюсерство кино и телевидения"(071103) и др. спец. / под ред. П. К. Огурчикова, В. В. Падейского, В. И. Сидоренко. - М. : Юнити, 2009
16. Молчанов И.Н. Продюсерство. Управленческие решения / Молчанов И.Н., Аль-Нсур Л.А., Калинин С.А., Криволуцкий Ю.В. и др. - М: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 376 с.
17. Огурчиков П.К. Мастерство продюсера кино и телевидения: учебник для студентов вузов/ под ред. П.К.Огурчикова, В.В.Падейского, В.И.Сидоренко. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 836 с.
18. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера: Учебник для вузов/ Под ред. Г.П. Иванова, П.К. Огурчикова, В.С. Сидоренко. - М.: ЮНИАТИ-ДАНА, 2003.-719 с.
19. Огурчиков П.К. Профессия продюсер кино и телевидения. учебник для студентов/ под ред. В.И. Сидоренко, П.К.Огурчикова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 711 с.
20. Рожков И.Я. Брендинг: учебник для бакалавров / И.Я.Рожков, В.Г. Кисмерешкин. - М.: Издательство Юрайт, 2013. - 331 с
21. Сидоренко В.И. Планирование производственно - экономических и постановочных ресурсов при создании аудиовизуальной продукции в условиях рынка. - М.: ВГИК, 2000 г. Макнаб Д. «Профессия: кинопродюсер». - М.: РИПОЛ классик, 2014.
22. Творческие индустрии: теории и практики/ Е.Зеленцова, Н.Гладких. - М.: Издательский дом Классика-XXI, 2010.- 240 с.
23. Тульчинский, Григорий Львович. Менеджмент специальных событий в сфере культуры: учеб. пособие / Тульчинский Григорий Львович, Лохина Татьяна Евгеньевна, Герасимов

Сергей Викторович ; Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина ; С.-Петерб. гос. ун-т. - Москва : Планета музыки, 2010. - 384 с.
24. Ушакова, Н.В. Имиджелогия : учебное пособие / Н.В. Ушакова, А.Ф. Стрижова. - 3-е изд., испр. - Москва : Дашков и К, 2012. - 262 с. - Режим доступа: ЭБС Ай Пи Ар Букс.
25. Хэзмондалш Д. Культурные индустрии/ Дэвид Хэзмолдалш; пер. с англ. Инны Кушнаревой. Москва: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2014 - 453 с
26. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций [Электронный ресурс]: учебное пособие / Шпаковский В. О. - Москва: Дашков и К, 2013. - 128 с. - режим доступа: ЭБС Ай Пи Эр Букс.
27. Щербакова, И. Как стать успешным промоутером. Концертный бизнес в России [Текст] : учеб. пособие / И. Щербакова, И. Бортнюк. - СПб. : Питер, 2011. - 191 с.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРОВЕДЕНИЮ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Основные подходы к изучению понятия «продюсер», «продюсерская деятельность» и ее ключевые функции

План:

1. Понятие «продюсер». Понятие «продюсерская деятельность».
2. Продюсер и менеджер культуры: определения, основные сходства и различия.
3. Виды деятельности продюсера.
4. Ключевые функции продюсерской деятельности.
5. Профессиональные компетенции и профессиональные качества продюсера.

Тема 2. Профессиональная этика продюсера и его команда

План:

1. Этические нормы как неотъемлемая часть профессионализма продюсера, их роль в деловой практике.
2. Продюсерская этика человеческих отношений, деловая и профессиональная этика.
3. Этикет общения при встрече партнеров, общении по телефону и переписке по электронной почте.
4. Этические рамки отношений типа «продюсер-артист».
5. Репутация продюсера: сущность и составляющие.
6. Состав команды продюсера, ее роль и значение.

Тема 3. Маркетинг в деятельности продюсера

План:

1. Сущность, цели и задачи маркетинга.
2. Значение маркетинговых исследований и маркетинговой информации для продюсера.
3. Понятие и значение сегментации рынка культурно-досуговых программ.
4. Основные направления маркетинга в деятельности продюсера.
5. Разработка стратегии маркетинга идеи, замысла, сценария.
6. Маркетинговый контроль продюсера.
7. Маркетинг как неотъемлемая часть деятельности продюсера.

Тема 4. Менеджмент в деятельности продюсера

План:

1. Особенности менеджмента в российском шоу-бизнесе как основа деятельности продюсера.
2. Шоу-бизнес как коммерческая деятельность в сфере развлекательных зрелищ.
3. Менеджмент как система взаимоотношений между руководителем и подчиненным.
4. Основные функции менеджмента в деятельности продюсера: организация: планирование; координация; мотивация; контроль.
5. Продюсер как предприниматель.

6. Продюсер как жесткий финансист и менеджер.

Тема 5. Творческо-постановочная деятельность продюсера
План:
1. Творческая часть продюсерской деятельности.
2. Выбор формы, разработка идейно-тематического замысла, определение композиционного построения предстоящей программы, обоснование художественного образа, светового и музыкального решения.
3. Определение творческих коллективов, участвующих в осуществлении продюсерского проекта.
4. Обоснование использования технических средств, декораций и костюмов.

Тема 6. Виды постановочных работ
План:
1. Работа продюсера над постановкой театрализованных представлений и праздников.
2. Виды и этапы постановочных работ.
3. Отбор художественных постановочных средств. Отбор технических средств.
4. Поиск исполнителей.
5. Работа с творческим коллективом. Репетиционный процесс.
6. Показ постановки и осмысление результатов.
7. Синхронность работы всех членов постановочной группы как сверхзадача постановки театрализованных представлений и праздников.
8. Работа в условиях ограниченных возможностей репетиционного процесса

Тема 7. Классификация бизнес-проектов и методы управления ими
План:
1. Основные характеристики бизнес-проектов. Классификация бизнес-проектов.
2. Бизнес-проектирование как средство стратегического развития организации и основа инновационной деятельности.
3. Области принятия и типы решений в управлении проектами.
4. Методика оценки эффективности бизнес-проектов.
5. Методы анализа рисков бизнес-проектов

Тема 8. Финансово-экономическая деятельность продюсера
План:
1. Смета и бизнес-план работ по подготовке и проведению культурно-досуговых программ.
2. Влияние бизнес-плана на творческий процесс.
3. Коммерческая деятельность продюсера, ее правовые основы.
4. Возмещение постановочных затрат культурно-досуговых программ.
5. Поиск возможных источников финансового обеспечения социально-культурных проектов и их продвижения.
6. Взаимодействие продюсера с инвесторами, спонсорами, фондами и органами государственного управления.
7. Бюджетное и внебюджетное финансирование. Основные показатели рентабельности

Тема 9. Нормативно-правовая база регулирования коммерческой и предпринимательской деятельности в продюсировании. Авторские и смежные права
План:
1. Авторское право в российском шоу-бизнесе.
2. Принципы авторского права в российском шоу-бизнесе. Нормы авторского права.
3. Закон Российской Федерации «Об авторском праве и смежных правах».
4. Объекты авторского права. Субъекты авторского права. Соавторство.
5. Возмещение убытков, взыскание незаконно полученного дохода и выплата компенсации как действенный способ защиты авторских и смежных прав.

6. Личные неимущественные и имущественные права автора.
7. Срок действия авторских прав. Изъятия из авторских прав.

Тема 10. Договорные отношения субъектов прав
План:
1. Реформирование гражданского законодательства: перспективы развития договорного права.
2. Принципы договорного права.
3. Толкование договора. Понятие и основные особенности предпринимательского договора.
4. Злоупотребление правом и обход закона в договорных отношениях.
5. Особенности договорных отношений в сфере культуры и искусства.
6. Виды гражданско-правовых договоров в сфере культуры.

Тема 11. Основы PR-технологий
План:
1. PR-кампании.
2. Пресс-конференция.
3. Брифинг для журналистов. Презентация.
4. Этапы проектирования PR-кампании.
5. Аналитический этап..
6. Концептуальный этап.
7. Критерии оценки эффективности (планируемый результат).
8. Интернет как рекламная и PR-площадка для продвижения продюсерских проектов

Тема 12. Имиджеология
План:
1. Теоретические и методологические основы имиджеологии.
2. Генезис представлений об имидже.
3. Функции имиджа. Атрибуты имиджа.
4. Теоретические основы имиджеологии.
5. Виды имиджеологии, их сравнительная характеристика.
6. Виды и классификации имиджа.
7. Факторы, влияющие на развитие имиджа и его восприятие аудиторией.

Тема 13. История театрально-концертного дела в России
План:
1. Театрально-концертное дело в России до XVII века. Появление профессиональных артистов как социального класса.
2. Появление развитого театрально-концертного искусства в православных монастырях и храмах.
3. Значение реформ Петра I в развитии театрально-концертного дела в России.
4. Театрально-концертный менеджмент в XIX веке.
5. Особенности развития театрально-концертного дела в XX веке.

Тема 14. Бизнес-план
План:
1. Разработка бизнес-плана.
2. Цели и задачи бизнес-плана.
3. Элементы бизнес-плана.

Тема 15. Мировая арт-индустрия
План:
1. Мировая арт-индустрия как система: элементы и взаимосвязи.
2. Исторические этапы развития и становления мировой арт-индустрии как системы.

3. Основные предпосылки формирования мировой арт-индустрии как системы.
4. Основные закономерности развития мировой арт-индустрии.
5. Современный этап развития арт-индустрии.
6. Роль арт-индустрии в жизни общества: позитивные и негативные аспекты.
7. Основные сегменты арт-индустрии и историческая ретроспекция их развития

Тема 16. Диверсификация

План:

1. Понятие, содержание, технологии и методы диверсификации и избегания рисков.
2. Диверсификация как инструмент управления развитием организации.
3. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии.
4. Специфика отдельных видов арт-рынка в условиях развития современного российского общества.

Тема 17. Механизмы финансирования в сфере культуры

План:

1. Фандрейзинг. Виды фандрейзинга.
2. Этапы проведения фандрейзинга.
3. Организационное и техническое обеспечение фандрейзинга.
4. Планирование фандрейзинговой кампании.
5. Информационное обеспечение фандрейзинга.
6. Виды и размеры возможных субсидий.
7. Специальные фандрейзинговые мероприятия.
8. Фандрейзинг по почте и по телефону.
9. Спонсорский пакет.

Тема 18. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии

План:

1. Маркетинг и искусство.
2. Эволюция маркетинга и культура современного российского общества.
3. Коммерческая сфера искусства и маркетинг.
4. Маркетинг некоммерческих организаций сферы искусства.
5. Маркетинг сферы искусства по видам.
6. Условия эффективного использования маркетинга в сфере искусства.
7. Стратегии маркетинга в сфере арт-индустрии.
8. Эффект и эффективность. Виды эффективности.
9. Уровни анализа эффективности в сфере искусства.

Тема 19. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности продюсера

План:

1. Виды планов в сфере культуры и искусства.
2. Организация плановой деятельности.
3. Определение приоритетов поддержки и развития искусства.
4. Американская модель. Постсоветсткая модель.
5. Культурные программы как метод управления в сфере искусства.
6. Методы планирования. Проектный менеджмент в сфере арт-индустрии.

Тема 20. Сбытовая политика в арт-индустрии

План:

1. Понятие технологии сбыта в арт-индустрии.
2. Сбытовая политика. Виды стратегий сбыта.

3. Каналы распределения, товародвижения и реализации и их определение как основное содержание сбытовой политики.
4. Особенности процесса потребления в арт-индустрии и их учет при выработке стратегии сбыта и формировании сбытовой политике.
5. Цена и стоимость продуктов арт-индустрии и их соотношение.
6. Особенности ценообразования в сфере арт-индустрии.
7. Факторы, влияющие на ценообразование в арт-индустрии

ЛИТЕРАТУРА ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ:

1. Роднянский, А.Е. Выходит продюсер / А.Е. Роднянский. — 2-е изд., доп. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2016. — 420 с. — ISBN 978-5-00057-885-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: https://e.lanbook.com/book/91644
2. Огурчиков П.К., Сидоренко В.И. Иванов Г. П. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера: Учебник для вузов / Под ред. Г.П. Иванова, П.К. Огурчикова, В.И. Сидоренко. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 719 с. - ISBN 978-5-238-00479-6. - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/product/1028600
3. Малышев В. С. Криволуцкий Ю. В. Продюсерство. Управленческие решения: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Продюсерство кино и телевидения», «Продюсерство» и другим кинематографическим специальностям / под ред. В.С. Малышева, Ю.В. Криволуцкого. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017- 376 с. -(Серия «Медиаобразование»). - ISBN 978-5-238-02318-2. - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/product/1028893
4. PR: теория и практика: учебник / Д. Е. Баранов [и др.] ; ред. М. А. Лукашенко. - М. : Маркет ДС, 2010. - 327 с.
5. Артемьева Т.В. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования: Учебное пособие./ Т.В.Артемьева, Г.Л.Тульчинский - СПб.: Издательство Лань; Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ, 2010. - 288 с.
6. Атанесян А. Краткая инструкция для начинающего продюсера. - 2-е изд. - М.: ЛОКИД-пресс, 2007. - 131 с.
7. Жарков, А. Д. Продюсирование и постановка шоу-программ: учеб. для студентов вузов культуры и искусств / А. Д. Жарков ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2009. - 470 с.
8. Жданова, Е. И. Управление и экономика в шоу-бизнесе: учеб. пособие / Е. И. Жданова, С. В. Иванов, Н. В. Кротова. - М. : Финансы и статистика, 2003. - 173 с.
9. Игнатьева, Е. Л. Экономика культуры : учеб. пособие / Е. Л. Игнатьева. - 2-е изд. ; уточн. и доп. - М. : ГИТИС, 2006. - 229 с.
10. Косинова, М.И. История кинопродюсерства в России : учеб. пособие / М. И. Косинова ; под ред. В.И. Фомина. - М.; Рязань: Узорочье, 2004. - 332 с.
11. Корнеева, С. Как зажигают "звезды": Технологии музыкального продюсирования / С. Корнеева. - СПб. : Питер, 2004. - 315 с.
12. Корнеева, С. М. Музыкальный менеджмент: учеб. пособие / С. М. Корнеева. - М. : Юнити, 2006. - 303 с.
13. Климкович, Е. В. Основы продюсерства и промоутерства [Текст] : учебно-методический комплекс для студентов направления 071401.65 "Социально-культурная деятельность" (квалификация "Менеджер социально-культурной деятельности") / Е. В. Климкович. - М. : МГУУ ПМ, 2012. - 52 с.
14. Макнаб Д. «Профессия: кинопродюсер». - М.: РИПОЛ классик, 2014.
15. Мастерство продюсера кино и телевидения: учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. "Продюсерство кино и телевидения"(071103) и др. спец. / под ред. П. К. Огурчикова, В. В. Падейского, В. И. Сидоренко. - М. : Юнити, 2009
16. Молчанов И.Н. Продюсерство. Управленческие решения / Молчанов И.Н., Аль-Нсур Л.А., Калинин С.А., Криволуцкий Ю.В. и др. - М: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 376 с.

17. Огурчиков П.К. Мастерство продюсера кино и телевидения: учебник для студентов вузов/ под ред. П.К.Огурчикова, В.В.Падейского, В.И.Сидоренко. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 836 с.
18. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера: Учебник для вузов/ Под ред. Г.П. Иванова, П.К. Огурчикова, В.С. Сидоренко. - М.: ЮНИАТИ-ДАНА, 2003.-719 с.
19. Огурчиков П.К. Профессия продюсер кино и телевидения. учебник для студентов/ под ред. В.И. Сидоренко, П.К.Огурчикова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 711 с.
20. Рожков И.Я. Брендинг: учебник для бакалавров / И.Я.Рожков, В.Г. Кисмерешкин. - М.: Издательство Юрайт, 2013. - 331 с
21. Сидоренко В.И. Планирование производственно - экономических и постановочных ресурсов при создании аудиовизуальной продукции в условиях рынка. - М.: ВГИК, 2000 г. Макнаб Д. «Профессия: кинопродюсер». - М.: РИПОЛ классик, 2014.
22. Творческие индустрии: теории и практики/ Е.Зеленцова, Н.Гладких. - М.: Издательский дом Классика-XXI, 2010.- 240 с.
23. Тульчинский, Григорий Львович. Менеджмент специальных событий в сфере культуры: учеб. пособие / Тульчинский Григорий Львович, Лохина Татьяна Евгеньевна, Герасимов Сергей Викторович ; Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина ; С.-Петерб. гос. ун-т. - Москва : Планета музыки, 2010. - 384 с.
24. Ушакова, Н.В. Имиджелогия : учебное пособие / Н.В. Ушакова, А.Ф. Стрижова. - 3-е изд., испр. - Москва : Дашков и К, 2012. - 262 с. - Режим доступа: ЭБС Ай Пи Ар Букс.
25. Хэзмондалш Д. Культурные индустрии/ Дэвид Хэзмолдалш; пер. с англ. Инны Кушнаревой. Москва: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2014 - 453 с
26. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций [Электронный ресурс]: учебное пособие / Шпаковский В. О. - Москва: Дашков и К, 2013. - 128 с. - режим доступа: ЭБС Ай Пи Эр Букс.
27. Щербакова, И. Как стать успешным промоутером. Концертный бизнес в России [Текст] : учеб. пособие / И. Щербакова, И. Бортнюк. - СПб. : Питер, 2011. - 191 с.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ КУРСА ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ

«Основы продюсерского мастерства в театрализованных представлениях и праздниках» - курс, представляющий объем теоретических и практических знаний, необходимых для успешной работы в учреждении культуры. Лекции, практические, семинарские и домашние задания ориентированы на самостоятельность мышления студентов, знание ими особенностей продюсерского мастерства в театрализованных представлениях и праздниках как особой дисциплины, лежащей на стыке экономического и культурологического знания.

В рамках курса студенты осваивают основные теоретические положения продюсерской деятельности, которые необходимы им для понимания места и функций культуры в государстве, обществе и экономике страны, а также для анализа конкретных случаев из хозяйственной практики организаций и деятелей культуры. Кроме того, студенты получают представление о методах исследования хозяйственных отношений в сфере культуры.

Основной формой реализации теоретического обучения является лекция, которая представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем-лектором учебного материала теоретического характера.

Цель лекции - организация целенаправленной познавательной деятельности студентов по овладению программным материалом учебной дисциплины.

Задачи лекции заключаются в обеспечении формирования системы знаний по учебной дисциплине, в умении аргументировано излагать научный материал, в формировании профессионального кругозора и общей культуры, в оптимизации других форм организации учебного процесса.

Разработка и чтение лекций требуют дополнительных творческих усилий по подготовке содержания занятий, эмоционального, интеллектуального и даже физического напряжения, повышенного уровня педагогического мастерства, психолого-педагогической подготовки.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ КУРСА ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Дисциплина «Основы продюсерского мастерства в театрализованных представлениях и праздниках» предусматривает лекции, семинары и практические занятия. Успешное изучение дисциплины требует посещения лекций, активной работы на семинарских и практических занятиях, выполнения учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарские и практические занятия и указания на самостоятельную работу.

При подготовке к лекционным занятиям студентам необходимо перед очередной лекцией просмотреть конспект материала предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале опять не удалось, то следует обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на семинарских и практических занятиях.

Семинарские и практические занятия завершают изучение наиболее важных разделов учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

При подготовке к семинарским и практическим занятиям студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя.

При подготовке к семинарским и практическим занятиям студентам необходимо:

• приносить с собой рекомендованную преподавателем литературу к конкретному занятию;

• до очередного практического занятия по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия;

• в начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для самостоятельного решения;

• в ходе занятия давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов;

• на занятии доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

Студенты, не отчитавшиеся по каждой непроработанной ими на занятиях теме к началу экзаменационной сессии, не допускаются к экзамену.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Ориентация учебного процесса на саморазвивающуюся личность делает невозможным процесс обучения без предоставления учащимся права выбора путей и способов обучения. Появляется новая цель образовательного процесса - воспитание компетентной личности, способной решать типичные проблемы и задачи исходя из приобретенного учебного опыта и адекватной оценки конкретной ситуации.

Достижение этой цели невозможно без повышения роли самостоятельной работы учащихся над учебным материалом, усиления ответственности преподавателя за развитие навыков самостоятельной работы, за стимулирование профессионального роста учащихся, воспитание их творческой активности и инициативы.

Важной составляющей самостоятельной внеаудиторной подготовки является работа с литературой ко всем занятий: семинарским, практическим, при подготовке к зачетам, экзаменам, тестированию, участию в научных конференциях.

Изучение научной учебной и иной литературы требует ведения рабочих записей. Форма записей может быть весьма разнообразной: простой или развернутый план, тезисы, цитаты, конспект.

Студент, в ходе выполнения самостоятельной работы должен проявить способность к самостоятельному поиску в русле выбранной проблематики; умение находить и использовать нужную информацию; показать умение строить научное развернутое и аргументированное высказывание.

При изучении материала необходимо наличие требуемых текстов для рассмотрения. Для достижения четкости и структурированности работы студент должен фиксировать выполнение самостоятельных заданий и оформлять записи в рабочих тетрадях.

Для успешного освоения материала профессиональных статей и составления грамотного конспекта необходимо сначала внимательно прочитать статью или все статьи, выделить основные положения и только после этого приступить к конспектированию. Конспект не должен превращаться в механическое «переписывание», в конспекте нужно кратко и сжато отразить основные концепции статьи. Самый лучший конспект - тезисы, которые являются результатом глубокой проработки материала.

ТЕСТ

Вариант 1.

1. **По толковому словарю В.И. Даля режиссер - это:**
1. Управляющий актерами, игрою, представленьями, назначающий, что давать или ставить, раздающий роли;
2. Творческий работник зрелищных видов искусства: театра, кинематографа, телевидения, цирка, эстрады;
3. Творческий работник, художественный организатор, руководитель театральной, кино- или телевизионной постановки, вообще зрелищных программ;
4. Нет верного ответа.
2. **Основной элемент актерской техники:**
1. Событие;
2. Действие;
3. Целенаправленность;
4. Нет верного ответа.

3. Однажды и навсегда установленные формы выражения чувств и сценического переживания, когда актеры подходят к разрешению сложных душевных процессов с внешней стороны:

1. Копирование;
2. Повторение;
3. Штамп;
4. Нет верного ответа.

4. Три главных направления в сценическом искусстве:

1. Ремесло, искусство переживания, искусство представления;
2. Факты жизни, факты искусства;
3. Театр, хореография, вокал;
4. Нет верного ответа.

5. Главные принципы системы К.С. Станиславского:

1. Принцип жизненной правды, принцип идейной активности, принцип активности и действия, принцип органичности творчества актера, принцип творческого перевоплощения;
2. Принцип идейной активности, принцип активности и действия, принцип органичности творчества актера, принцип творческого перевоплощения;
3. Принцип жизненной правды, принцип активности и действия, принцип органичности творчества актера, принцип творческого перевоплощения;
4. Нет верного ответа.

6. Имя великого реформатора театрального искусства, его "система" реалистического

творчества - основа всех актерских и режиссерских школ.

1. В.И. Немирович - Данченко;

2. М.О. Кнебель;
3. К.С. Станиславский;
4. Нет верного ответа.

7. Функции режиссера:

1. Режиссер - организатор, толкователь, зеркало;
2. Режиссер - воспитатель, толкователь, демонстратор;
3. Режиссер - экспериментатор, организатор, зеркало;
4. Нет верного ответа.

8. Режиссура - это:

1. Вид художественного творчества, заключающийся в создании единого, гармонически целого художественного произведения с помощью творческой организации всех элементов сценического искусства;
2. Вид искусства сочинения танца, балета;
3. Зрелищный вид искусства, представляющий собой синтез различных искусств;
4. Нет верного ответа.

9. Обстоятельства, жизненная ситуация, условия жизни действующего лица театральной постановки или фильма, в которые должен себя в своём воображении поместить актёр, исполняющий роль этого лица.

1. Исходное событие;
2. Сквозное действие;
3. Предлагаемые обстоятельства;
4. Нет верного ответа.

10. Какой принцип системы К.С. Станиславского гласит: "Искусство должно быть правдиво и, следовательно, понятно"?

1. Принцип творческого перевоплощения;
2. Принцип идейной активности;
3. Принцип жизненной правды;
4. Нет верного ответа.

Вариант 2.

1. **Какой принцип системы К.С. Станиславского гласит: "Разбудить естественную человеческую природу актера для органического творчества в соответствии со сверхзадачей:**

1. Принцип органичности творчества актера;
2. Принцип жизненной правды;
3. Принцип идейной активности;
4. Нет верного ответа.

2. **Элемент системы К.С. Станиславского:**

1. Свобода мышц;
2. Коммуникабельность;
3. Целенаправленность;
4. Нет верного ответа.

3. Однажды и навсегда установленные формы выражения чувств и сценического переживания, когда актеры подходят к разрешению сложных душевных процессов с внешней стороны:

1. Копирование;
2. Штамп;
3. Повторение;
4. Нет верного ответа.

4. Три главных направления в сценическом искусстве:

1. Ремесло, искусство переживания, искусство представления;
2. Факты жизни, факты искусства;
3. Театр, хореография, вокал;
4. Нет верного ответа.

5. Главные принципы системы К.С. Станиславского:

1. Принцип идейной активности, принцип активности и действия, принцип органичности творчества актера, принцип творческого перевоплощения;
2. Принцип жизненной правды, принцип идейной активности, принцип активности и действия, принцип органичности творчества актера, принцип творческого перевоплощения;
3. Принцип жизненной правды, принцип активности и действия, принцип органичности творчества актера, принцип творческого перевоплощения;
4. Нет верного ответа.

6. Имя великого реформатора театрального искусства, его "система" реалистического

творчества - основа всех актерских и режиссерских школ.

1. В.И. Немирович - Данченко;
2. К.С. Станиславский;
3. М.О. Кнебель;
4. Нет верного ответа.

7. Функции режиссера:

1. Режиссер - организатор, толкователь, зеркало;
2. Режиссер - воспитатель, толкователь, демонстратор;
3. Режиссер - экспериментатор, организатор, зеркало;
4. Нет верного ответа.

8. Режиссура - это:

1. Вид художественного творчества, заключающийся в создании единого, гармонически целого художественного произведения с помощью творческой организации всех элементов сценического искусства;
2. Вид искусства сочинения танца, балета;
3. Зрелищный вид искусства, представляющий собой синтез различных искусств;
4. Нет верного ответа.

9. Обстоятельства, жизненная ситуация, условия жизни действующего лица театральной постановки или фильма, в которые должен себя в своём воображении поместить актёр, исполняющий роль этого лица.

1. Предлагаемые обстоятельства;
2. Исходное событие;
3. Сквозное действие;
4. Нет верного ответа.

10. Какой принцип системы К.С. Станиславского гласит: "Искусство должно быть правдиво и, следовательно, понятно"?

1. Принцип творческого перевоплощения;
2. Принцип жизненной правды;
3. Принцип идейной активности;
4. Нет верного ответа.

Вариант 3.

1. **По толковому словарю В.И. Даля режиссер - это:**

1. Управляющий актерами, игрою, представленьями, назначающий, что давать или ставить, раздающий роли;
2. Творческий работник, художественный организатор, руководитель театральной, кино- или телевизионной постановки, вообще зрелищных программ;
3. Творческий работник зрелищных видов искусства: театра, кинематографа, телевидения, цирка, эстрады;
4. Нет верного ответа.

2. **Основной элемент актерской техники:**

1. Событие;
2. Целенаправленность;
3. Действие;
4. Нет верного ответа.

3. Однажды и навсегда установленные формы выражения чувств и сценического переживания, когда актеры подходят к разрешению сложных душевных процессов с внешней стороны:

1. Штамп;
2. Копирование;
1. Повторение;
2. Нет верного ответа.

4. Три главных направления в сценическом искусстве:

1. Ремесло, искусство переживания, искусство представления;
2. Театр, хореография, вокал;
3. Факты жизни, факты искусства;
4. Нет верного ответа.

5. Главные принципы системы К.С. Станиславского:

1. Принцип жизненной правды, принцип идейной активности, принцип активности и действия, принцип органичности творчества актера, принцип творческого перевоплощения;
2. Принцип идейной активности, принцип активности и действия, принцип органичности творчества актера, принцип творческого перевоплощения;
3. Принцип жизненной правды, принцип активности и действия, принцип органичности творчества актера, принцип творческого перевоплощения;
4. Нет верного ответа.

6. Имя великого реформатора театрального искусства, его "система" реалистического

творчества - основа всех актерских и режиссерских школ.

1. М.О. Кнебель;
2. В.И. Немирович - Данченко;
3. К.С. Станиславский;
4. Нет верного ответа.

7. Функции режиссера:

1. Режиссер - организатор, толкователь, зеркало;
2. Режиссер - экспериментатор, организатор, зеркало;
3. Режиссер - воспитатель, толкователь, демонстратор;
4. Нет верного ответа.

8. Режиссура - это:

1. Вид художественного творчества, заключающийся в создании единого, гармонически целого художественного произведения с помощью творческой организации всех элементов сценического искусства;
2. Вид искусства сочинения танца, балета;
3. Зрелищный вид искусства, представляющий собой синтез различных искусств;
4. Нет верного ответа.

9. Обстоятельства, жизненная ситуация, условия жизни действующего лица театральной постановки или фильма, в которые должен себя в своём воображении поместить актёр, исполняющий роль этого лица.

1. Исходное событие;
2. Предлагаемые обстоятельства;
3. Сквозное действие;
4. Нет верного ответа.

10. Какой принцип системы К.С. Станиславского гласит: "Искусство должно быть правдиво и, следовательно, понятно"?

1. Принцип творческого перевоплощения;
2. Принцип идейной активности;
3. Принцип жизненной правды;
4. Нет верного ответа.

Ключи:

Вариант 1. 1. а; 2. б; 3. в; 4. а; 5. а; 6. в; 7. а; 8. а; 9. в; 10. в.
Вариант 2. 1. а; 2. а; 3. а; 4. а; 5. а; 6. в; 7. а; 8. а; 9. б; 10. в.
Вариант 3. 1. а; 2. в; 3. а; 4. а; 5. а; 6. в; 7. а; 8. а; 9. б; 10. в

Критерии оценивания тестовых заданий

Оценка за контроль ключевых компетенций студентов производится по пятибалльной системе. При выполнении заданий ставится оценка:

«2» - за менее 50% правильно выполненных заданий
«3» - за 50-70% правильно выполненных заданий,
«4» - за 70-85% правильно выполненных заданий,
«5» - за правильное выполнение более 85% заданий.

ЗАДАЧИ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ

Задача 1

Коммерческая организация заключила спонсорский договор с городским театром.

На основании данного договора предприятие перечислило на расчетный счет театра 1500 тыс. руб. В 2017 г. других рекламных расходов у предприятия не было. Бухгалтерия предприятия отнесла данные расходы на статью «Реклама» и включила эту сумму в расходы, снижающие налогооблагаемую прибыль.

Общий объем дохода предприятия за этот год составил 100 млн. руб. Расходы (включая спонсорские) составили за год 80 млн. руб.

Представленная к налогообложению прибыль — 30 млн. руб.

Вопрос: Правильно ли это?

Задача 2

Некоммерческая организация (частный театр) в связи с проведением реконструкции распродает часть основных производственных фондов, приобретенных за счет доходов от уставной деятельности.

Вопросы:

а) Считается ли полученная выручка от реализованного оборудования прибылью?

б) Как рассчитать стоимость продаваемых ценностей, чтобы не получить убыток и в то же время не платить налог на прибыль, т. е. «выйти в ноль»?

Задача 3

Коммерческая организация в порядке благотворительности перечислила учреждению культуры 250 000 руб. В годовом балансовом отчете данная сумма внесена в расходы предприятия, снижающие налогооблагаемую прибыль.

Вопрос: Правильно ли это?

Задание 4

Основные методы нормативного метода финансирования учреждений культуры:

- нормативно-подушевой;
- нормативно-расходный.

Вопрос: В чем различия данных способов?

Задание 5

Мастерские, являющиеся частью костюмерного цеха некоммерческой театральной организации, выполнили в 2018 г. платные заказы юридических и физических лиц по пошиву одежды и обуви на сумму 750 тыс. руб.

Вопрос: Рассчитайте сумму НДС.

Задание 6.

В 2017 г. театр имел следующие расходы:

- арендная плата - 200 000 руб.,
- заработная плата основного персонала - 2 600 000 руб.,
- капитальный ремонт - 100 000 руб.,
- коммунальные расходы - 35000 руб.,
- расход материалов - 500 руб. на единицу сувенирной продукции,
- текущий ремонт - 40000 руб.,
- уплаченный штраф — 12000 руб.

Выручка от реализации сувенирной продукции составила 1550000 руб., цена за единицу сувенирной продукции — 1450 руб.

Определить: Себестоимость сувенирной продукции, рентабельность производства сувенирной продукции. Охарактеризовать полученные результаты.

Задание 7

Издательство музея в 2018 г. реализовало 5000 шт. печатной продукции по цене 100 руб. за единицу продукции. Общие расходы издательства составили 350 000 руб. По плану рентабельность производственной деятельности издательства должна была составить 50 %. Объем реализации такой же продукции издательствами-конкурентами составил 25 000 шт.

Определить:

1. Долю издательства музея на рынке.
2. Фактическую рентабельность производственной деятельности издательства.
3. Охарактеризовать полученные результаты.

Задание 8.

В сентябре у ООО «Реставрация» были следующие затраты:

Постоянные затраты - 30 000 руб.

Переменные затраты - 80 руб. на ед. продукции.

Стоимость основных и оборотных фондов - 5 млн. руб.

Объем производства и реализации - 1500 шт.

Валовая прибыль предприятия - 50 000 руб.

Определить:

1. Рентабельность производства,
2. Рентабельность продаж,
3. Рентабельность продукции.
4. Рентабельность предприятия. Охарактеризовать полученные результаты.

Задача 9

Музей имеет торговую площадь 3000 кв. м и обслуживает 600 тыс. покупателей в год. За прошлый год покупатели приобрели товаров на сумму 18 млн. руб.

Определить:

1. Плотность распределения покупателей.
2. Средний объем разовой покупки.

Задача 10

Концертный зал продает билеты на 1-2-й ряд по цене 2500 руб., на 3-10-й - по 2000 руб., на 11-19-й - по 1800 руб., на 20-25-й - по 1300 руб., на балкон - по 800 руб.

Определить:

1. Рассчитайте и сравните среднюю цену одного билета со стоимостью билета в первые ряды и на балкон.

2. Сделайте выводы и поясните целесообразность использования дифференцированных цен для разных мест в зрительном зале.

7.2.2. ИНФОРМАЦИОННО-ПРОГРАММНЫЕ СРЕДСТВА

Интернет-ресурсы:

http://www.aup.ru/library/ - Библиотека экономической и деловой литературы. Содержит электронные учебные пособия, методические материалы и научные монографии по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии. В отдельном разделе публикуются учебные и научные статьи.

http://eup.ru/Catalog/All-All.asp Библиотека экономической и управленческой литературы. Бесплатная электронная библиотека-каталог (монографии, диссертации, книги, конспекты лекций, учебники). Тематика: финансы и кредит, налогообложение, оценка имущества, экономика недвижимости, экономика малого бизнеса, право, менеджмент, маркетинг и т.д.

http://www.ecsocman.edu.ru/db/sectx/124.html Экономика. Социология. Менеджмент.

http://www.aup.ru/library/ Электронная библиотека экономической и деловой литературы.

http://enbv.narod.ru/ Библиотека Воеводина. Коллекция книг по экономической теории, международной экономике, финансам, предпринимательству, маркетингу, рекламе и Public Relations (PR).

http://www.iqlib.ru IQlib: Информационный проект нового поколения, представляющий он-лайн библиотеку, оснащенную разветвленными пользовательскими сервисами. Содержит полные электронные версии произведений образовательной и интеллектуальной литературы: учебники, монографии, сборники научных статей, диссертации, авторами которых являются выдающиеся российские и зарубежные ученые; научно-популярные издания; техническая литература. Для доступа к полным текстам книг необходимо зарегистрироваться.

http://минобрнауки.рф/Министерство образования и науки Российской Федерации

http://mkrf.ru Министерство культуры Российской Федерации

http://www.edu.ru Федеральный портал "Российское образование"

http://window.edu.ru Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"

http://school-collection.edu.ru Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов

http://fcior.edu.ru Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов

http://www.tih.kubsu.ru/informatsionnie-resursi/elektronnie-resursi-nb.htm Электронные библиотечные системы и ресурсыl

http://www.informio.ru Современные медиа технологии в образовании и культуре «Информио»

7.2.3. ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ

1. Персональные компьютеры с доступом к сети Интернет.
2. Программное обеспечение: пакет программ Microsoft Office (MC Word, MS Excel, MS Power Point), браузер (например, Mozilla Firefox).
3. Система библиографических изданий различного типа в вида в печатной форме.

8.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ АУДИТОРИИ

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного, семинарского и практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

8.2. УЧЕБНО-ЛАБОРАТОРНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

Специальные помещения укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей учебной программе дисциплины.