Областное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленский государственный институт искусств»
кафедра гуманитарных и социально-экономических наук

УТВЕРЖДЕН
на заседании кафедры
«__» _____ 20__ г., протокол № _
Заведующий кафедрой
_____ Ю.В. Иванова

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

ОСНОВЫ ПРОДЮСЕРСКОГО МАСТЕРСТВА В ТЕАТРАЛИЗОВАННЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ И ПРАЗДНИКАХ

Направление подготовки: 51.03.05 РЕЖИССУРА ТЕАТРАЛИЗОВАННЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ И ПРАЗДНИКОВ

Направленность (профиль): Театрализованные представления и праздники
Квалификация (степень) выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная

2022г.

Паспорт оценочных материалов

по дисциплине Основы продюсерского мастерства в театрализованных представлениях и праздниках

1. Модели контролируемых компетенций:

- компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины (части компетенций):

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.

- сведения об иных дисциплинах (преподаваемых в том числе на других кафедрах) участвующих в формировании данных компетенций:

«Культурология», «Экономика культуры», «Менеджмент в сфере культуры и искусства», «Современная праздничная культура России», «Музыка в театрализованном представлении», «Методика работы с исполнителем и коллективом в режиссуре театрализованных представлений и праздников», «Основы режиссуры», «Сценография», «Хореография в театрализованном представлении», «Режиссура праздников на открытом воздухе», «Режиссура театрализованного обряда и ритуала», «Режиссура художественно-спортивных праздников и шоу-программ».

- требования к результатам освоения дисциплины:

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.

2. Программа оценивания контролируемой компетенции:

№ п/п	Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Тема 1. Основные подходы к изучению понятия «продюсер», «продюсерская деятельность» и ее ключевые функции	ОПК-1, ПК-6, ПК-10	Зачет, собеседование, опрос, тестирование
2	Тема 2. Профессиональная этика продюсера и его команда	ОПК-1, ПК-6, ПК-10	Зачет, собеседование, опрос, тестирование
3	Тема 3. Маркетинг в деятельности продюсера	ОПК-1, ПК-6, ПК-10	Зачет, собеседование, опрос, тестирование
4	Тема 4. Менеджмент в деятельности продюсера	ОПК-1, ПК-6, ПК-10	Зачет, собеседование, опрос, тестирование
5	Тема 5. Творческо-постановочная деятельность продюсера	ОПК-1, ПК-6, ПК-10	Зачет, собеседование, опрос, тестирование
6	Тема 6. Виды постановочных работ	ОПК-1, ПК-6, ПК-10	Экзамен, собеседование, опрос, тестирование
7	Тема 7. Классификация бизнес-проектов и методы управления ими	ОПК-1, ПК-6, ПК-10	Экзамен, собеседование, опрос, тестирование
8	Тема 8. Финансово-экономическая деятельность продюсера	ОПК-1, ПК-6, ПК-10	Экзамен, собеседование, опрос, тестирование
9	Тема 9. Нормативно-правовая база регулирования коммерческой и предпринимательской деятельности в продюсировании. Авторские и смежные права	ОПК-1, ПК-6, ПК-10	Экзамен, собеседование, опрос, тестирование
10	Тема 10. Договорные отношения субъектов прав	ОПК-1, ПК-6, ПК-10	Экзамен, собеседование, опрос, тестирование
11	Тема 11. Основы PR-технологий	ОПК-1, ПК-6, ПК-10	Экзамен, собеседование, опрос, тестирование
12	Тема 12. Имиджеология	ОПК-1, ПК-6, ПК-10	Экзамен, собеседование, опрос, тестирование
13	Тема 13. История театрально-концертного дела в России	ОПК-1, ПК-6, ПК-10	Экзамен, собеседование, опрос, тестирование
14	Тема 14. Бизнес-план	ОПК-1, ПК-6, ПК-10	Экзамен, собеседование, опрос, тестирование
15	Тема 15. Мировая арт-индустрия	ОПК-1, ПК-6, ПК-10	Экзамен, собеседование, опрос, тестирование
16	Тема 16. Диверсификация	ОПК-1, ПК-6, ПК-10	Экзамен, собеседование, опрос, тестирование
17	Тема 17. Механизмы финансирования в сфере культуры	ОПК-1, ПК-6, ПК-10	Экзамен, собеседование, опрос, тестирование
18	Тема 18. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии	ОПК-1, ПК-6, ПК-10	Экзамен, собеседование, опрос, тестирование
19	Тема 19. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности продюсера	ОПК-1, ПК-6, ПК-10	Экзамен, собеседование, опрос, тестирование
20	Тема 20. Сбытовая политика в арт-индустрии	ОПК-1, ПК-6, ПК-10	Экзамен, собеседование, опрос, тестирование

Областное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Смоленский государственный институт искусств»

кафедра **гуманитарных и социально-экономических наук**

Вопросы для собеседования

по дисциплине **Основы продюсерского мастерства в театрализованных представлениях и праздниках**

Собеседование – специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, рассчитанная на выяснение объема знаний обучающегося по определенной теме, проблеме и т.д.

1. Продюсер и менеджер культуры: определения, основные сходства и различия.
2. Виды деятельности продюсера. Ключевые функции продюсерской деятельности.
3. Профессиональные компетенции и профессиональные качества продюсера.
4. Продюсерская этика человеческих отношений, деловая и профессиональная этика.
5. Этикет общения при встрече партнеров, общении по телефону и переписке по электронной почте.
6. Этические рамки отношений типа «продюсер-артист».
7. Репутация продюсера: сущность и составляющие. Состав команды продюсера, ее роль и значение.
8. Сущность, цели и задачи маркетинга.
9. Значение маркетинговых исследований и маркетинговой информации для продюсера.
10. Понятие и значение сегментации рынка культурно-досуговых программ.
11. Основные направления маркетинга в деятельности продюсера.
12. Разработка стратегии маркетинга идеи, замысла, сценария.
13. Маркетинговый контроль продюсера.
14. Маркетинг как неотъемлемая часть деятельности продюсера.
15. Особенности менеджмента в российском шоу-бизнесе как основа деятельности продюсера.
16. Шоу-бизнес как коммерческая деятельность в сфере развлекательных зрелищ.
17. Менеджмент как система взаимоотношений между руководителем и подчиненным.
18. Продюсер как предприниматель. Продюсер как жесткий финансист и менеджер.
19. Творческая часть продюсерской деятельности.
20. Обоснование использования технических средств, декораций и костюмов.
21. Виды и этапы постановочных работ.
22. Отбор художественных постановочных средств. Отбор технических средств.
23. Поиск исполнителей. Работа с творческим коллективом.
24. Репетиционный процесс. Показ постановки и осмысление результатов.
25. Основные характеристики бизнес-проектов. Классификация бизнес-проектов.
26. Области принятия и типы решений в управлении проектами.
27. Методика оценки эффективности бизнес-проектов.
28. Методы анализа рисков бизнес-проектов
29. Смета и бизнес-план работ по подготовке и проведению культурно-досуговых программ.
30. Коммерческая деятельность продюсера, ее правовые основы.
31. Бюджетное и внебюджетное финансирование.
32. Основные показатели рентабельности
33. Авторское право в российском шоу-бизнесе.
34. Принципы авторского права в российском шоу-бизнесе. Нормы авторского права.
35. Закон Российской Федерации «Об авторском праве и смежных правах».
36. Объекты авторского права. Субъекты авторского права. Соавторство.
37. Личные неимущественные и имущественные права автора.
38. Срок действия авторских прав. Изъятия из авторских прав.
39. Злоупотребление правом и обход закона в договорных отношениях.
40. PR-кампании. Пресс-конференция. Брифинг для журналистов. Презентация.
41. Определение аудитории PR-кампании. Целеполагание. Концептуальный этап.
42. Интернет как рекламная и PR-площадка для продвижения продюсерских проектов
43. Теоретические и методологические основы имиджеологии. Генезис представлений об имидже.
44. Теоретические основы имиджеологии.
45. Виды имиджеологии, их сравнительная характеристика. Виды и классификации имиджа.

46. Факторы, влияющие на развитие имиджа и его восприятие аудиторией.
47. Исследовательская деятельность в имиджмейкинге.
48. Театрально-концертное дело в России до XVII века.
49. Значение реформ Петра I в развитии театрально-концертного дела в России.
50. Театрально-концертный менеджмент в XIX веке.
51. Особенности развития театрально-концертного дела в XX веке.
52. Разработка бизнес-плана. Цели и задачи бизнес-плана. Элементы бизнес-плана
53. Основные предпосылки формирования мировой арт-индустрии как системы.
54. Понятие, содержание, технологии и методы диверсификации и избегания рисков.
55. Фандрейзинг. Виды фандрейзинга. Этапы проведения фандрейзинга.
56. Специальные фандрейзинговые мероприятия.
57. Фандрейзинг по почте и по телефону. Спонсорский пакет.
58. Эволюция маркетинга и культура современного российского общества.
59. Коммерческая сфера искусства и маркетинг.
60. Стратегии маркетинга в сфере арт-индустрии.
61. Эффект и эффективность. Виды эффективности.
62. Оценка коммерческой деятельности в сфере искусства.
63. Оценка инвестиционных проектов в сфере искусства.
64. Виды планов в сфере культуры и искусства. Организация плановой деятельности.
65. Культурные программы как метод управления в сфере искусства.

Критерии оценки:

ОЦЕНКА	ТРЕБОВАНИЯ К ЗНАНИЯМ
ОТЛИЧНО	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком с использованием современной гистологической терминологии. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные обучающимся самостоятельно в процессе ответа.
ХОРОШО	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком с использованием современной гистологической терминологии. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные обучающимся с помощью преподавателя.
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть значение обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции.
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	Ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная, гистологическая терминология не используется. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося. Ответ на вопрос полностью отсутствует. Отказ от ответа.

Областное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Смоленский государственный институт искусств»

кафедра **гуманитарных и социально-экономических наук**

Вопросы для опроса

по дисциплине **Основы продюсерского мастерства в театрализованных представлениях и праздниках**

Опрос – средство развития мышления и речи, он обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя.

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

Критерии оценки:

ОЦЕНКА	ТРЕБОВАНИЯ К ЗНАНИЯМ
ОТЛИЧНО	ставится, если обучающийся полно излагает изученный материал, дает правильное определенное понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
ХОРОШО	ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для «отлично», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	ставится, если обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке определений, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «неудовлетворительно» отмечает такие недостатки в подготовке, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Областное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Смоленский государственный институт искусств»

кафедра **гуманитарных и социально-экономических наук**

Тестирование

Дисциплина «Основы продюсерского мастерства в театрализованных представлениях и праздниках»

4 курс - Зачет (20 вопросов)

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

Задания закрытого типа:

1. Социально-культурная деятельность – это:
а) деятельность, направленная на просвещение личности
б) деятельность, формирующая отношение к познанию, науке, книге, учению
в) деятельность, раскрывающая индивидуальные дарования личности
г) деятельность, направленная на создание условий, которые помогли бы каждому человеку в различные возрастные периоды его жизни успешно проходить процесс социализации и социальной адаптации
Ответ: г

2. Выделяют следующие категории продюсеров по направленности деятельности
а) Музыкальный продюсер;
б) Театральный продюсер;
в) Кинопродюсер;
г) Телепродюсер;
д) Все ответы верны.
Ответ: д

3. Что из указанного относится к принципам социально-культурной деятельности:
а) добровольность и общедоступность социально-культурной деятельности
б) развитие инициативы и самодеятельности
в) активизация местной культурной жизни, усиление местной самодеятельности и локального своеобразия
г) приспособления человеческого организма к изменившимся условиям жизнедеятельности
Ответ: а

4. Выделяют следующие элементы модели современного продюсера:
а) Личностные качества;
б) Цели и задачи;
в) Тактика (поведение);
г) Стратегия (философия);
д) Все ответы верны.
Ответ: д

Задания открытого типа:

5. Совокупность методов, процессов и способов создания и проведения социально-культурных мероприятий (организации культурного досуга) людей в целях удовлетворения их культурных потребностей или решения задач другой деятельности - это _____ социально-культурной деятельности
Ответ: технология

6. Культурная _____ - это деятельность государства, цели которого основаны на социально-культурном общественном согласии

Ответ: политика

7. Юридически оформленная организация, занимающаяся созданием и продвижением полноценных аудиовизуальных произведений и медиа-персонажей с нуля – это продюсерский _____

Ответ: центр

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;

Задания закрытого типа:

8. Особенности менеджмента в сфере культуры и искусства обусловлены:

а) спецификой некоммерческой деятельности

б) спецификой производимой продукции (товаров, услуг)

в) спецификой законодательства, регулирующего деятельность в сфере культуры

г) налогообложением

Ответ: б

9. Учреждение, которое занимается организацией концертов и пропагандой музыкального искусства:

а) филармония

б) библиотека

в) музей

г) культурный центр

Ответ: а

10. Дополнительные средства привлекаются в сферу культуры потому, что:

а) виды деятельности в ней коммерчески неконкурентны

б) необходимо обеспечить занятость работников культуры

в) она дает возможность реализации социального партнерства

г) в сфере культуры низкая рентабельность проектов

Ответ: в

Задания открытого типа:

11. _____ - это воздействие (субъекта управления) на управляемую систему (объект управления) с целью обеспечения требуемого её поведения или изменения её характеристик.

Ответ: управление

12. Особый вид управления, реализуемый в рыночных условиях, направленный на рациональное использование материальных, трудовых и других ресурсов с применением принципов, функций и методов данного института для достижения намеченных целей организации называется _____

Ответ: менеджмент

13. _____ управление - функция управления, направленная на долгосрочные цели и действия, а также комплекс долгосрочных мер и подходов по улучшению жизнеспособности и мощи лица или группы лиц по отношению к их конкурентам

Ответ: стратегическое

14. _____ управление – это процесс разработки и реализации управленческих решений, рассчитанных, как правило, на период до одного года и более короткий срок

Ответ: тактическое

15. _____ _____ - процесс планирования, подбора, подготовки, оценки и непрерывного образования кадров, направленный на их рациональное использование и повышение эффективности производства.

Ответ: Управление персоналом

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.

Задания закрытого типа:

16. Какой из представленных типов театра содержит в себе интеграцию всех искусств:

а) музыкальный театр;

б) кинематографический театр;

в) синтетический театр;

г) драматический театр.

Ответ: в

17. Укажите разновидности профессионального творческого мышления сценариста-постановщика в процессе создания культурно-досуговых программ?

а) зрелищное мышление;

б) конкурсное мышление;

в) художественно-публицистическое мышление;

г) ритмическое мышление;

д) игровое мышление;

е) обрядовое мышление;

ж) фольклорное мышление.

Ответ: а, в, г, д, ж

Задания открытого типа:

18. Комплекс действий по выбору наиболее перспективного проекта, организации его создания и воплощению в реальности, нахождению инвестиций, подбору участников, контролю над всей деятельностью проекта и юридической ответственности – это _____

Ответ: продюсирование

19. Лицо, ответственное за разработку стиля музыкального проекта, создание публичного имиджа проекта, а также за организацию, финансирование, и контроль за выполнением соответствующих работ – это_____ продюсер

Ответ: музыкальный

20. Заранее наметить желаемую и практически осуществимую систему, схему продюсерских действий, обеспечивающих достижение поставленной цели в виде получения прибыли от проекта призван _____

Ответ: бизнес-план

Критерии оценивания теста

Тест состоит из 20 вопросов.

18 - 20 правильных ответов - «5» (отлично)

14 - 17 правильных ответов - «4» (хорошо)

10 - 13 правильных ответов - «3» (удовлетворительно)

Менее 10 правильных ответов - «2» (неудовлетворительно)

Дисциплина «Основы продюсерского мастерства в театрализованных представлениях и праздниках»

4 курс - Зачет (20 вопросов)

1. Социально-культурная деятельность – это:

а) деятельность, направленная на просвещение личности

б) деятельность, формирующая отношение к познанию, науке, книге, учению

в) деятельность, раскрывающая индивидуальные дарования личности

г) деятельность, направленная на создание условий, которые помогли бы каждому человеку в различные возрастные периоды его жизни успешно проходить процесс социализации и социальной адаптации

2. Выделяют следующие категории продюсеров по направленности деятельности

а) Музыкальный продюсер;

б) Театральный продюсер;

в) Кинопродюсер;

г) Телепродюсер;

д) Все ответы верны.

3. Что из указанного относится к принципам социально-культурной деятельности:

а) добровольность и общедоступность социально-культурной деятельности

б) развитие инициативы и самодеятельности

в) активизация местной культурной жизни, усиление местной самодеятельности и локального своеобразия

г) приспособления человеческого организма к изменившимся условиям жизнедеятельности

4. Выделяют следующие элементы модели современного продюсера:

а) Личностные качества;

б) Цели и задачи;

в) Тактика (поведение);

г) Стратегия (философия);

д) Все ответы верны.

5. Совокупность методов, процессов и способов создания и проведения социально-культурных мероприятий (организации культурного досуга) людей в целях удовлетворения их культурных потребностей или решения задач другой деятельности - это _____ социально-культурной деятельности

6. Культурная _____ - это деятельность государства, цели которого основаны на социально-культурном общественном согласии

7. Юридически оформленная организация, занимающаяся созданием и продвижением полноценных аудиовизуальных произведений и медиа-персонажей с нуля – это продюсерский _____

8. Особенности менеджмента в сфере культуры и искусства обусловлены:

а) спецификой некоммерческой деятельности

б) спецификой производимой продукции (товаров, услуг)

в) спецификой законодательства, регулирующего деятельность в сфере культуры

г) налогообложением

9. Учреждение, которое занимается организацией концертов и пропагандой музыкального искусства:

а) филармония

б) библиотека

в) музей

г) культурный центр

10. Дополнительные средства привлекаются в сферу культуры потому, что:
а) виды деятельности в ней коммерчески неконкурентны
б) необходимо обеспечить занятость работников культуры
в) она дает возможность реализации социального партнерства
г) в сфере культуры низкая рентабельность проектов

11. _____ - это воздействие (субъекта управления) на управляемую систему (объект управления) с целью обеспечения требуемого её поведения или изменения её характеристик.

12. Особый вид управления, реализуемый в рыночных условиях, направленный на рациональное использование материальных, трудовых и других ресурсов с применением принципов, функций и методов данного института для достижения намеченных целей организации называется _____

13. _____ управление - функция управления, направленная на долгосрочные цели и действия, а также комплекс долгосрочных мер и подходов по улучшению жизнеспособности и мощи лица или группы лиц по отношению к их конкурентам

14. _____ управление – это процесс разработки и реализации управленческих решений, рассчитанных, как правило, на период до одного года и более короткий срок

15. _____ _____ - процесс планирования, подбора, подготовки, оценки и непрерывного образования кадров, направленный на их рациональное использование и повышение эффективности производства.

16. Какой из представленных типов театра содержит в себе интеграцию всех искусств:
а) музыкальный театр;
б) кинематографический театр;
в) синтетический театр;
г) драматический театр.

17. Укажите разновидности профессионального творческого мышления сценариста-постановщика в процессе создания культурно-досуговых программ?
а) зрелищное мышление;
б) конкурсное мышление;
в) художественно-публицистическое мышление;
г) ритмическое мышление;
д) игровое мышление;
е) обрядовое мышление;
ж) фольклорное мышление.

18. Комплекс действий по выбору наиболее перспективного проекта, организации его создания и воплощению в реальности, нахождению инвестиций, подбору участников, контролю над всей деятельностью проекта и юридической ответственности – это _____

19. Лицо, ответственное за разработку стиля музыкального проекта, создание публичного имиджа проекта, а также за организацию, финансирование, и контроль за выполнением соответствующих работ – это_____ продюсер

20. Заранее наметить желаемую и практически осуществимую систему, схему продюсерских действий, обеспечивающих достижение поставленной цели в виде получения прибыли от проекта призван _____

Ключ к тестам

Вопрос	Ответ
1.	г
2.	д

3.	а
4.	д
5.	Технология
6.	Политика
7.	Центр
8.	б
9.	а
10.	в
11.	Управление
12.	Менеджмент
13.	Стратегическое
14.	Тактическое
15.	Управление персоналом
16.	в
17.	а, в, г, д, ж
18.	Продюсирование
19.	Музыкальный
20.	Бизнес-план

Областное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Смоленский государственный институт искусств»

кафедра **гуманитарных и социально-экономических наук**

Реферат

по дисциплине **Основы продюсерского мастерства в театрализованных представлениях и праздниках**

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.

Областное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Смоленский государственный институт искусств»

кафедра **гуманитарных и социально-экономических наук**

Зачет с оценкой

по дисциплине **Основы продюсерского мастерства в театрализованных представлениях и праздниках**

Примерный перечень вопросов:

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

Критерии оценки

ОЦЕНКА	ТРЕБОВАНИЯ К ЗНАНИЯМ
Отлично	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
Хорошо	Выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.
Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжать обучение без дополнительных занятий по дисциплине.