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

_____/_____

# ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

# ПОСТАНОВКА КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ

*Направление:* **51.03.03 Социально-культурная деятельность**

*Направленность (профиль):* **Постановка и продюсирование культурно-досуговых программ**

*Форма обучения:* **заочная**

Смоленск 2020г.

**Паспорт оценочных материалов**

**1. Модели контролируемых компетенций:**

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

ПК-6 - способен к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально культурной деятельности;

ПК-8 – готов осуществлять социально-культурное проектирование на основе изучения запросов населения, с учетом возраста, образования, социальных, национальных и других различий социальных групп;

ПК-9 - способен к организации творческо-производственной деятельности и к художественному руководству учреждениями культуры

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

«Основы менеджмента социально-культурной деятельности», «Маркетинг социально-культурной деятельности», «Предпринимательство и бизнес-планирование в социально-культурной деятельности», «Основы социально-культурного проектирования», «Сценическое движение и пластика», «Танец»

**- требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать**:

- определения базовых понятий и особенности сценарно-драматургических основ социально-культурных программ в деятельности учреждений культуры, образования социальной поддержки населения, базовые технические средства и оборудование для осуществления постановки социально-культурных программ;

- сущность и специфику современных форм массового художественного творчества, фестивального движения.

**Уметь**:

- соотносить базовые положения сценарно-драматургических основ социально-культурных программ с прикладными задачи творческо-производственной деятельности, обеспечивать оценку качества применения технических средств и оборудования учреждения культуры в соответствие с ожидаемым социальным и художественным результатом;

- формировать социально-культурные программы поддержки современных форм массового художественного творчества, фестивального движения по жанрам искусств.

**Владеть**:

- навыком осуществления самостоятельной разработки сценарно-драматургические основы социально-культурных программ и их постановки с использованием технических средств, и сценического оборудования учреждения культуры, участия в творческих проектах в качестве ведущего и исполнителя;

- навыками организации фестивального движения по жанрам искусств и социально-культурных проектов популяризации массового художественного творчества.

**2. Программа оценивания контролируемой компетенции:**

| № п/п | Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины | Код контролируемой компетенции (или ее части) | Наименование оценочного средства |
|---|---|---|---|
| 1 | Тема 1. Понятие «продюсерская деятельность» | ПК-6, ПК-8, ПК-9 | Зачет, собеседование, опрос, тестирование |
| 2 | Тема 2. Психология личности продюсера | ПК-6, ПК-8, ПК-9 | Зачет, собеседование, опрос, тестирование |
| 3 | Тема 3. Продюсирование музыкальных проектов | ПК-6, ПК-8, ПК-9 | Зачет, собеседование, опрос, тестирование |
| 4 | Тема 4. Организаторская деятельность продюсера | ПК-6, ПК-8, ПК-9 | Зачет, собеседование, опрос, тестирование |
| 5 | Тема 5. Правовые основы коммерческой деятельности продюсера | ПК-6, ПК-8, ПК-9 | Зачет, собеседование, опрос, тестирование |
| 6 | Тема 6. Менеджмент в деятельности продюсера. Технология концертного | ПК-6, ПК-8, ПК-9 | Зачет, собеседование, опрос, тестирование |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | менеджмента | | |
| 7 | Тема 7. Event-менеджмент | ПК-6, ПК-8, ПК-9 | Зачет, собеседование, опрос, тестирование |
| 8 | Тема 8. Маркетинг в деятельности продюсера | ПК-6, ПК-8, ПК-9 | Зачет, собеседование, опрос, тестирование |
| 9 | Тема 9. Создание условий продюсером для творческой деятельности | ПК-6, ПК-8, ПК-9 | Зачет, собеседование, опрос, тестирование |
| 10 | Тема 10. Осуществление сценарно-режиссерского замысла продюсером | ПК-6, ПК-8, ПК-9 | Зачет, собеседование, опрос, тестирование |
| 11 | Тема 11. Ведение переговоров при продюсировании бизнес-проектов | ПК-6, ПК-8, ПК-9 | Зачет, собеседование, опрос, тестирование |
| 12 | Тема 12. Авторское право при продюсировании проекта | ПК-6, ПК-8, ПК-9 | Зачет, собеседование, опрос, тестирование |
| 13 | Тема 13. Авторский договор – юридическая основа при продюсировании проекта | ПК-6, ПК-8, ПК-9 | Зачет, 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 **Продюсирование в сфере культуры**

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 **Продюсирование в сфере культуры**

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

1. Основы продюсерского мастерства.
2. Понятие «продюсер». Понятие «продюсерская деятельность».
3. Продюсер и менеджер культуры: определения, основные сходства и различия.
4. Виды деятельности продюсера.
5. Ключевые функции продюсерской деятельности.
6. Три стороны продюсерской деятельности: художественно-творческая, организационно-предпринимательская, финансово-экономическая.
7. Профессиональные компетенции и профессиональные качества продюсера.
8. Личность как психологическая категория. Определение личности.
9. Процесс поведения и деятельность личности.
10. Психология в деятельности продюсера.
11. Личностные качества продюсера.
12. Взаимосвязь личностных качеств и деятельности продюсера.
13. Этические нормы как неотъемлемая часть профессионализма продюсера, их роль в деловой практике.
14. Продюсерская этика человеческих отношений, деловая и профессиональная этика.
15. Репутация продюсера: сущность и составляющие.
16. Виды и разнообразие музыкальных проектов.
17. Продюсирование музыкальных проектов в рамках интегрированных художественных фестивалей.
18. Этапы создания и производства музыкального проекта.
19. Идея и концепция музыкального фестиваля
20. Понятие, сущность, виды организаторской деятельности продюсера.
21. Культура организаторской деятельности продюсера.
22. Специфика организаторской деятельности продюсера.
23. Структура организаторской деятельности продюсера.
24. Основные формы организации мероприятий.
25. Продюсерство как вид коммерческой деятельности.
26. Правовое регулирование продюсерства.
27. Особенности правового режима деятельности продюсера.
28. Продюсер и иные субъекты предпринимательской деятельности.
29. Особенности менеджмента в российском шоу-бизнесе как основа деятельности продюсера.
30. Шоу-бизнес как коммерческая деятельность в сфере развлекательных зрелищ.
31. Менеджмент как система взаимоотношений между руководителем и подчиненным.
32. Продюсер как предприниматель.
33. Продюсер как жесткий финансист и менеджер.
34. Концертный менеджмент.
35. Специфические аспекты концертной деятельности.
36. Технологии концертного менеджмента.
37. Event-менеджмент как индустрия и профессия.
38. Мероприятия как основной элемент event-менеджмента.
39. Этапы жизненного цикла мероприятия.
40. Выбор концепции мероприятия.
41. Реализация проекта.
42. Сущность, цели и задачи маркетинга.
43. Значение маркетинговых исследований и маркетинговой информации для продюсера.
44. Понятие и значение сегментации рынка культурно-досуговых программ.
45. Основные направления маркетинга в деятельности продюсера.

46. Разработка стратегии маркетинга идеи, замысла, сценария.
47. Стратегия маркетинга в подготовительном периоде и на этапах производства и монтажа.
48. Стратегия маркетинга и рекламы в прокате.
49. Стратегия маркетинга и рекламы на этапе показа проекта.
50. Маркетинговый контроль продюсера.
51. Маркетинг как неотъемлемая часть деятельности продюсера.
52. Создание условий продюсером для реализации творческого замысла.
53. Осуществление сценарно-режиссерского замысла продюсером.
54. Взаимодействие продюсера с различными структурами и участниками проекта.
55. Художественно-публицистические и шоу-программы.
56. Метод событийно-действенного анализа в работе сценариста и режиссера.
57. Драматический фактор, фактор современности, фактор исходного материала.
58. Методы монтажа, иллюстрации, театрализации, игры в работе сценариста и режиссера.
59. Принципы ведения переговоров при продюсировании бизнес-проектов.
60. Стратегия и тактика переговоров.
61. Психологическая подготовка к деловым переговорам.
62. Управление вопросами. Работа с возражениями. Конфликты и манипуляции.
63. Переговоры посредством телефона, электронной почты. Достоинства, недостатки, отличия.
64. Особенности ведения переговоров в различных странах.
65. Авторское право в российском шоу-бизнесе.
66. Принципы авторского права в российском шоу-бизнесе. Нормы авторского права.
67. Закон Российской Федерации «Об авторском праве и смежных правах».
68. Объекты авторского права. Субъекты авторского права. Соавторство.
69. Личные неимущественные и имущественные права автора.
70. Срок действия авторских прав. Изъятия из авторских прав.
71. Реформирование гражданского законодательства: перспективы развития договорного права.
72. Принципы договорного права. Толкование договора.
73. Понятие и основные особенности предпринимательского договора.
74. Злоупотребление правом и обход закона в договорных отношениях.
75. Особенности договорных отношений в сфере культуры и искусства.

**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 «Продюсирование в сфере культуры»**
**4 курс - зачет (20 вопросов)**

ПК-6 - способен к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально культурной деятельности;

**Задания закрытого типа:**

1. Главное содержание менеджмента:
а) обеспечение эффективной деятельности организации по достижению ее целей+
б) интегрированный процесс выработки решений по использованию ресурсов производственно-хозяйственной системы
в) организация деятельности аппарата управления производственно-хозяйственной системы
г) управление производством, кадрами и финансами для достижения поставленных целей
Ответ: а

2. Установите правильную последовательность функций менеджмента:
а) планирование, контроль, мотивация, организация.
б) планирование, организация, мотивация, контроль.
в) контроль, организация, мотивация, планирование
Ответ: б

**Задания открытого типа:**

3. _____ - организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации
Ответ: Маркетинг

4. Назовите функцию маркетинга, отсутствующую на схеме

Ответ: сбытовая.

ПК-8 – готов осуществлять социально-культурное проектирование на основе изучения запросов населения, с учетом возраста, образования, социальных, национальных и других различий социальных групп;

**Задания закрытого типа:**

5. 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

6. Выделяют следующие категории продюсеров по направленности деятельности

а) Музыкальный продюсер;

б) Театральный продюсер;

в) Кинопродюсер;

г) Телепродюсер;

д) Все ответы верны.

Ответ: д

7. 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

8. Назовите функции социально-культурной деятельности.

а) добровольность, инициативность, активность

б) развивающая, творческая, рекреационная

в) свободный выбор занятий, связанный с саморазвитием

г) активность, мобильность, игровой характер

Ответ: б

**Задания открытого типа:**

9. 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

10. 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

11. Взаимосвязанный комплекс организаций, направлений деятельности и механизмов, обеспечивающий взаимодействие участников культурной деятельности, - это _____ культурной деятельности

Ответ: инфраструктура

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

Ответ: политика

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

Ответ: центр

ПК-9 - способен к организации творческо-производственной деятельности и к художественному руководству учреждениями культуры

**Задания закрытого типа:**

14. 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

15. 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

16. К произведениям музыкально-сценического жанра относятся:
а) опера, водевиль, мюзикл;
б) опера, концерт, токката;
в) оперетта, балет, мюзикл;
г) концерт, оперетта, мюзикл.
Ответ: а, в

17. К инструментальным формам и жанрам музыки относятся:
а) опера, водевиль, мюзикл;
б) концерт, фуга, токката;
в) оперетта, балет, мюзикл;
г) концерт, симфония, соната.
Ответ: б, г

**Задания открытого типа:**

18. _____ - это доверенное лицо кинокомпании, осуществляющее идейно-художественный и организационно-финансовый контроль над постановкой фильма, он также принимает активное участие в подборе актёров, технического персонала
Ответ: кинопродюсер

19. Заранее наметить желаемую и практически осуществимую систему, схему продюсерских действий, обеспечивающих достижение поставленной цели в виде получения прибыли от проекта призван _____
Ответ: бизнес-план

20. Документ, в котором указаны все расчеты, касающиеся и материальных затрат (количество использованных материалов, ресурсов), и использование труда рабочих, мастеров, артистов, исполнителей, соответственно, учитывается и рассчитывается заработная плата работников, а также учитываются сроки выполнения работ, заданий – это _____
Ответ: смета

**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 «Продюсирование в сфере культуры»**
**4 курс - зачет (20 вопросов)**

1. Главное содержание менеджмента:
а) обеспечение эффективной деятельности организации по достижению ее целей+
б) интегрированный процесс выработки решений по использованию ресурсов производственно-хозяйственной системы
в) организация деятельности аппарата управления производственно-хозяйственной системы
г) управление производством, кадрами и финансами для достижения поставленных целей

2. Установите правильную последовательность функций менеджмента:
а) планирование, контроль, мотивация, организация.
б) планирование, организация, мотивация, контроль.
в) контроль, организация, мотивация, планирование

3. _____ - организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации

4. Назовите функцию маркетинга, отсутствующую на схеме

5. 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

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

7. 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

8. Назовите функции социально-культурной деятельности.
а) добровольность, инициативность, активность
б) развивающая, творческая, рекреационная
в) свободный выбор занятий, связанный с саморазвитием
г) активность, мобильность, игровой характер

9. 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 _____

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

11. Взаимосвязанный комплекс организаций, направлений деятельности и механизмов, обеспечивающий взаимодействие участников культурной деятельности, - это _____ культурной деятельности

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

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

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

15. 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.

16. К произведениям музыкально-сценического жанра относятся:
а) опера, водевиль, мюзикл;
б) опера, концерт, токката;
в) оперетта, балет, мюзикл;
г) концерт, оперетта, мюзикл.

17. К инструментальным формам и жанрам музыки относятся:
а) опера, водевиль, мюзикл;
б) концерт, фуга, токката;
в) оперетта, балет, мюзикл;
г) концерт, симфония, соната.

18. _____ - это доверенное лицо кинокомпании, осуществляющее идейно-художественный и организационно-финансовый контроль над постановкой фильма, он также принимает активное участие в подборе актёров, технического персонала

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

20. Документ, в котором указаны все расчеты, касающиеся и материальных затрат (количество использованных материалов, ресурсов), и использование труда рабочих, мастеров,

артистов, исполнителей, соответственно, учитывается и рассчитывается заработная плата работников, а также учитываются сроки выполнения работ, заданий – это _____

Ключ к тестам

| Вопрос | Ответ |
|---|---|
| 1. | а |
| 2. | б |
| 3. | Маркетинг |
| 4. | Сбытовая |
| 5. | г |
| 6. | д |
| 7. | а |
| 8. | б |
| 9. | Продюсирование |
| 10. | Музыкальный |
| 11. | Инфраструктура |
| 12. | Политика |
| 13. | Центр |
| 14. | в |
| 15. | а, в, г, д, ж |
| 16. | а, в |
| 17. | б, г |
| 18. | Кинопродюсер |
| 19. | Бизнес-план |
| 20. | Смета |

Областное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Смоленский государственный институт искусств»

кафедра **гуманитарных и социально-экономических наук**

**Контрольная работа**

по дисциплине **Продюсирование в сфере культуры**

**Тематика контрольных работ**

1. Понятие «продюсерская деятельность»
2. История и причины возникновения профессии «продюсер»
3. Профессиональные компетенции и профессиональные качества продюсера
4. Особенности продюсерской деятельности в Российской Федерации
5. М.В. Лентовский как первый продюсер России: биография, анализ деятельности
6. С.П. Дягилев как первый продюсер России: биография, анализ деятельности
7. Развитие продюсирования в театральном деле XX века
8. Развитие продюсирования в театральном деле XXI века
9. Развитие продюсирования в концертном деле
10. Развитие продюсирования в Российской Федерации
11. Выдающиеся продюсеры Российской Федерации
12. Психология личности продюсера
13. Продюсирование музыкальных проектов
14. Организаторская деятельность продюсера
15. Правовые основы коммерческой деятельности продюсера
16. Менеджмент в деятельности продюсера. Технология концертного менеджмента
17. Event-менеджмент
18. Маркетинг в деятельности продюсера
19. Создание условий продюсером для творческой деятельности
20. Осуществление сценарно-режиссерского замысла продюсером
21. Ведение переговоров при продюсировании бизнес-проектов
22. Авторское право при продюсировании проекта
23. Авторский договор – юридическая основа при продюсировании проекта

**Критерии оценки** контрольной работы

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**

по дисциплине **Продюсирование в сфере культуры**

**Примерный перечень вопросов:**

1. Основы продюсерского мастерства.
2. Понятие «продюсер». Понятие «продюсерская деятельность».
3. Продюсер и менеджер культуры: определения, основные сходства и различия.
4. Виды деятельности продюсера.
5. Ключевые функции продюсерской деятельности.
6. Три стороны продюсерской деятельности: художественно-творческая, организационно-предпринимательская, финансово-экономическая.
7. Профессиональные компетенции и профессиональные качества продюсера.
8. Личность как психологическая категория. Определение личности.
9. Процесс поведения и деятельность личности.
10. Психология в деятельности продюсера.
11. Личностные качества продюсера.
12. Взаимосвязь личностных качеств и деятельности продюсера.
13. Этические нормы как неотъемлемая часть профессионализма продюсера, их роль в деловой практике.
14. Продюсерская этика человеческих отношений, деловая и профессиональная этика.
15. Репутация продюсера: сущность и составляющие.
16. Виды и разнообразие музыкальных проектов.
17. Специфика музыкального продюсирования в рамках организации и проведения музыкальных фестивалей, конкурсов.
18. Продюсирование музыкальных проектов в рамках интегрированных художественных фестивалей.
19. Этапы создания и производства музыкального проекта.
20. Рок-фестиваль, фольк-фестиваль, джаз-фестиваль, хип-хоп-фестиваль в сфере музыкальной культуры.
21. Идея и концепция музыкального фестиваля
22. Понятие, сущность, виды организаторской деятельности продюсера.
23. Культура организаторской деятельности продюсера.
24. Специфика организаторской деятельности продюсера.
25. Структура организаторской деятельности продюсера.
26. Основные формы организации мероприятий.
27. Продюсерство как вид коммерческой деятельности.
28. Правовое регулирование продюсерства.
29. Особенности правового режима деятельности продюсера.
30. Правовые отношения продюсера с инвесторами, спонсорами, фондами и органами государственного управления.
31. Продюсер и иные субъекты предпринимательской деятельности.
32. Особенности менеджмента в российском шоу-бизнесе как основа деятельности продюсера.
33. Шоу-бизнес как коммерческая деятельность в сфере развлекательных зрелищ.
34. Менеджмент как система взаимоотношений между руководителем и подчиненным.
35. Основные функции менеджмента в деятельности продюсера: организация: планирование; координация; мотивация; контроль.
36. Продюсер как предприниматель.
37. Продюсер как жесткий финансист и менеджер.
38. Концертный менеджмент.
39. Специфические аспекты концертной деятельности.
40. Технологии концертного менеджмента.
41. Event-менеджмент как индустрия и профессия.
42. Мероприятия как основной элемент event-менеджмента.

43. Этапы жизненного цикла мероприятия.
44. Выбор концепции мероприятия.
45. Реализация проекта.
46. Сущность, цели и задачи маркетинга.
47. Значение маркетинговых исследований и маркетинговой информации для продюсера.
48. Понятие и значение сегментации рынка культурно-досуговых программ.
49. Основные направления маркетинга в деятельности продюсера.
50. Разработка стратегии маркетинга идеи, замысла, сценария.
51. Стратегия маркетинга в подготовительном периоде и на этапах производства и монтажа.
52. Стратегия маркетинга и рекламы в прокате.
53. Стратегия маркетинга и рекламы на этапе показа проекта.
54. Маркетинговый контроль продюсера.
55. Маркетинг как неотъемлемая часть деятельности продюсера.
56. Создание условий продюсером для реализации творческого замысла.
57. Осуществление сценарно-режиссерского замысла продюсером.
58. Взаимодействие продюсера с различными структурами и участниками проекта.
59. Художественно-публицистические и шоу-программы.
60. Метод событийно-действенного анализа в работе сценариста и режиссера.
61. Драматический фактор, фактор современности, фактор исходного материала.
62. Методы монтажа, иллюстрации, театрализации, игры в работе сценариста и режиссера.
63. Формирование сценарно-режиссерского решения постановки: отбор художественных постановочных средств, поиск исполнителей, отбор технических средств.
64. Принципы ведения переговоров при продюсировании бизнес-проектов.
65. Стратегия и тактика переговоров.
66. Психологическая подготовка к деловым переговорам.
67. Управление вопросами. Работа с возражениями. Конфликты и манипуляции.
68. Переговоры посредством телефона, электронной почты. Достоинства, недостатки, отличия.
69. Особенности ведения переговоров в различных странах.
70. Авторское право в российском шоу-бизнесе.
71. Принципы авторского права в российском шоу-бизнесе. Нормы авторского права.
72. Закон Российской Федерации «Об авторском праве и смежных правах».
73. Объекты авторского права. Субъекты авторского права. Соавторство.
74. Возмещение убытков, взыскание незаконно полученного дохода и выплата компенсации как действенный способ защиты авторских и смежных прав.
75. Личные неимущественные и имущественные права автора.
76. Срок действия авторских прав. Изъятия из авторских прав.
77. Реформирование гражданского законодательства: перспективы развития договорного права.
78. Принципы договорного права. Толкование договора.
79. Понятие и основные особенности предпринимательского договора.
80. Злоупотребление правом и обход закона в договорных отношениях.
81. Особенности договорных отношений в сфере культуры и искусства.
82. Виды гражданско-правовых договоров в сфере культуры.

**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. |