

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ребковец Ольга Александровна
Должность: И.о. ректора
Дата подписания: 09.10.2026 10:38:38
Уникальный программный ключ:
e789ec8739030382afc5ebff702928adf1af5cfb

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Камчатский государственный университет имени Витуса Беринга»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (КУРСА, МОДУЛЯ)

**Б1.В.11 «Продюсирование в сфере культуры»
51.03.03 Социально-культурная деятельность**

Форма обучения: очная

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования — бакалавриат по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06.12.2017 г. №1179

Петропавловск-Камчатский
2026 г.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина «Продюсирование в сфере культуры» нацелена на формирование знаний, умений и навыков в области продюсирования в сфере культуры в современных условиях.

Задачи:

- изучить сущность и значение продюсерского дела в сфере культуры;
- рассмотреть организационную деятельность продюсера в сфере культуры;
- изучить творческо-постановочную деятельность продюсера в сфере культуры;
- рассмотреть финансово-экономическую деятельность продюсера в сфере культуры;
- изучить организацию продюсирования различных форм социально-культурной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина «Продюсирование в сфере культуры» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» и базируется на владении бакалаврами компетенциями, полученными в ходе изучения дисциплин: Основы государственной культурной политики, Экономика культуры, Основы менеджмента в СКД и находит продолжение в процессе прохождения производственной практики и выполнении выпускных квалификационных работ

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ). ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

Процесс изучения дисциплины «Продюсирование в сфере культуры» направлен на формирование следующих компетенций:

Профессиональные компетенции

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности: технологический				
организация и проведение культурно-просветительской работы, различных форм социально-культурной деятельности населения (фестивали, конкурсы, смотры, праздники, программы социально-культурной	процессы продюсирования и постановки культурно-досуговых программ и социально-культурных проектов с применением художественно-образных, выразитель-	ПК-2. Способен обеспечивать комплекс услуг по культурно-массовому досугу населения	ПК-2.1. Знать: основные закономерности продюсирования и постановки культурно-досуговых программ и форм социально-культурной деятельности с применением художественно-образных выразительных средств; основные методы и приемы продюсирования и постановки культурно-досуговых программ и форм социально-культурной деятельности	анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущим и работо-

анимации и рекреации, выставки)., продюсирование культурно-досуговых программ; руководство учреждениями, организациями и объединениями социально-культурной сферы, индустрии досуга и рекреации; осуществление менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности, руководство деятельностью учреждений культуры	ных средств; системы управления государственными учреждениями и негосударственными организациями, общественными объединениями социально культурной сферы; процессы менеджмента и маркетинга социально-культурной деятельности, рекреационных объектов и индустрии досуга		с применением художественно-образных выразительных средств; составляющие технологического процесса продюсирования и постановки культурно-досуговых программ и форм социально-культурной деятельности с применением художественно-образных выразительных средств. ПК-2.2. Уметь: использовать в практической деятельности современные научные и теоретические знания в вопросах продюсирования и постановки культурно-досуговых программ и форм социально-культурной деятельности с применением художественно-образных выразительных средств; применять приемы и методы экономического анализа продюсирования и постановки культурно-досуговых программ и форм социально-культурной деятельности с применением художественно-образных выразительных средств; выполнять анализ эффективности маркетинговых мероприятий, оценивать конкурентоспособность, предоставляемых социально-культурных услуг. ПК-2.3. Владеть: навыками комплексной оценки эффективности производственно-хозяйственной деятельности организаций в сфере социально-культурной деятельности; навыками определения критериев и методов сегментирования рынка в сфере социально-культурной деятельности;	дателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных источников
--	--	--	---	---

			навыками формирования управленческой, сбытовой и производственной программы организаций в сфере социально-культурной деятельности.	
--	--	--	--	--

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины «Продюсирование в сфере культуры» составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы для очной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		7	
Аудиторные занятия (всего) (контактная работа). В том числе:	90,25	90,25	
Лекции (Л)	36	36	
Семинары (С)	54	54	
КСР			
Часы текущей аттестации (ЧТА)	0,25	0,25	
Консультации (Конс)			
Самостоятельная работа студентов (СРС) (всего). В том числе:	89,75	89,75	
Курсовой проект (работа)			
Реферат	10	10	
<i>Другие виды СРС (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i> Подготовка к семинарским занятиям Работа с лекционным материалом, поиск и обзор литературы, электронных источников информации по темам дисциплины, изучение нормативно-правовой базы	79,75	79,75	
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен, <i>курсовая работа</i>)	зачет	зачет	
Часы СРС для подготовки к экзамену			
Общая трудоемкость (з. е., час.)	5 з.е., 180 ч.	5 з.е., 180 ч.	

4.2. Разделы дисциплины (модуля) и виды занятий для обучающихся очной и заочной форм обучения. Тематический план дисциплины (модуля)

для очной формы обучения

		№	Вид учебной работы,	Форма текущего
--	--	---	---------------------	----------------

№ п/п	Раздел и тема дисциплины		включая самостоятель- ную работу обучающихся и трудоемкость (час.)			контроля успе- ваемости
			лек- ции	семинары	СРС	
1.	Введение в дисциплину. Базо- вые понятия.	7	2	4	8	Опрос
2.	Продюсирование как самостоя- тельная профессия широкого профиля	7	4	5	8	
3.	Продюсирование массовых форм социально-культурной де- ятельности	7	4	5	8	Опрос
4.	Творческие и организационные аспекты продюсерства	7	4	5	8	Опрос
5.	Финансирование продюсерских проектов	7	4	5	8	Опрос
6.	Управление рисками	7	2	5	9,75	Опрос
7.	Авторское право в деятельности продюсера	7	2	5	8	Опрос
8.	Организация продвижения про- дюсерских проектов	7	4	5	8	Тестирование
9.	Работа со средствами массовой информации	7	2	5	8	Опрос
10.	Имиджирование и брендиرو- вание как составляющие продю- серской деятельности	7	4	5	8	Тестирование
11.	Организация концертной и га- строльной деятельности	7	2	5	8	Эссе

4.3. Содержание разделов дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование раз- дела дисциплины	Содержание раздела
1.	Введение в дисци- плину. Базовые по- нятия.	Учебная дисциплина «Продюсирование в сфере культуры» в си- стеме подготовки менеджера СКД. Понятия «продюсерство». Продюсерство как форма соединения культуротворческого про- дукта и потребителя. Продюсерство как основа экономически грамотного подхода в создании и продвижении культуротворче- ских проектов. Основные задачи и содержание продюсерской деятельности. Исторические предпосылки возникновения и раз- вития продюсерской деятельности. Специфика современной культуротворческой деятельности. Особенности продюсирова- ния социально-культурных проектов.

2.	Продюсирование как самостоятельная профессия широкого профиля	<p>Понятие «продюсирование как профессиональная деятельность». Продюсирование как самостоятельная профессия широкого профиля. Классификация специалистов. Продюсер, агент, персональный менеджер, промоутер, продакшн-менеджер, юрист. Продюсер-постановщик как актуальная профессия. Требования к профессиональной подготовке специалиста. Владение высоким уровнем профессионализма в области современного маркетинга, менеджмента, коммерческой деятельности, сценарного мастерства, режиссуры как условие успешной деятельности продюсера-постановщика. Владение фундаментальными знаниями истории и теории отечественной и зарубежной культуры, творческим наследием выдающихся мастеров в области эстрадного, театрального, музыкального, хореографического, изобразительного искусства, киноискусства, профессионального, народного творчества. Формирование аналитического взгляда на теорию и практику театрализованных представлений и эстрадно-концертной деятельности в сфере шоу-бизнеса в России и за ее пределами.</p> <p>Развитие предпринимательских и организаторских навыков продюсера. Роль финансово-экономических и правовых знаний, умений и навыков в профессиональной деятельности продюсера-постановщика.</p> <p>Интуиция и предвидение в деятельности продюсера-постановщика.</p>
3	Продюсирование массовых форм социально-культурной деятельности	<p>Продюсирование массовых форм социально-культурной деятельности как специфическая деятельность.</p> <p>Продюсирование массовых форм социально-культурной деятельности через компании, центры, фирмы. Основные направления деятельности продюсера-постановщика: организационно-предпринимательская, промоутерская, творческо-постановочная, финансово-экономическая. Продюсер как руководитель компании, коллектива или отдельного исполнителя. Продюсер как организатор постановочной работы или постановщик. Продюсер как менеджер, осуществляющий идейно-художественный и организационно-финансовый замысел и контроль за его реализацией. Продюсер как промоутер, осуществляющий рекламу творческого проекта – съемку видеоклипов, теле- и радиопрограмм, размещение их в эфире, размещение информационного материала в прессе и т.д.</p> <p>Взаимодействие продюсера и постановщика в репетиционной деятельности. Правовая основа деятельности продюсера. Творческий портрет и анализ профессиональной деятельности выдающихся продюсеров. Известные российские продюсеры.</p>
4	Творческие и организационные аспекты продюсерства	<p>Профессия продюсер: мастерство современного продюсера. Основные виды, типы и методы продюсирования. Роль продюсера в управлении проектом, его основные задачи. Функции продюсера социально-культурного проекта: творческо-режиссерская, финансово-экономическая, организационно-предпринимательская. Значение и содержание деятельности продюсера на предварительном этапе проекта. Постановка целей. Управление эффективностью деятельности. Требования, предъявляемые современному продюсеру. Взаимосвязь лич-</p>

		ностных качеств и деятельности продюсера. Лидерство в деятельности продюсера. Теории и модели лидерства. Креативные технологии в деятельности продюсера. Неудачные проекты в деятельности продюсера.
5	Финансирование продюсерских проектов	Привлечение финансовых средств как основная составляющая деятельности продюсера. Источники финансирования социально-культурных проектов: бюджетное и внебюджетное финансирование. Предпринимательская деятельность как форма финансирования продюсерских проектов. Альтернативные формы финансирования продюсерских проектов. Схемы финансирования продюсерских проектов. Особенности и проблемы финансирования продюсерских проектов в социально-культурной сфере.
6	Управление рисками	Значение деятельности по управлению рисками в продюсерской деятельности. Поддержание запланированного уровня издержек как основа управления рисками в продюсерском проекте. Риски как объект теории и практики управления. Чистые и спекулятивные риски. Оценка степени влияния чистых рисков. Виды издержек и их анализ. Особенности управления рисками в продюсерской деятельности. Основные категории подверженности рискам в продюсерской деятельности. Инструментарий управления рисками. Страхование и его сущность. Страховой риск-менеджмент. Основные виды страхования. Основные этапы разработки и реализации программы управления рисками.
7	Авторское право в деятельности продюсера	Понятие авторского и смежного права. Ответственность за нарушение авторских и смежных прав. Роль авторских и смежных прав в деятельности по производству и реализации творческих проектов. Допустимое свободное использование авторского произведения в продюсерском проекте. Договор о предоставлении права использования произведения. Защита авторских и смежных прав как составляющая деятельности продюсера социально-культурного проекта. Способы защиты авторских прав. Продюсерский договор с автором-участником проекта и его основные положения
8	Организация продвижения продюсерских проектов	Роль и место продвижения в современном обществе. Объекты продвижения. Продвижение в социально-культурной сфере и его значение. Продвижение как составляющая продюсерской деятельности. Технология продвижения продюсерских проектов и ее основные составляющие: реклама, связи с общественностью, стимулирование продаж. Инструментарий технологии продвижения продюсерских проектов. Стратегия продвижения социально-культурных проектов и ее основные составляющие. Организационные аспекты продвижения в продюсерской деятельности. Маркетинговые структуры, их роль в продвижении продюсерских проектов, взаимодействие с ними. Современные технологии продвижения.
9	Работа со средствами массовой информации	Роль средств массовой информации (СМИ) в современном обществе. Индустрия СМИ и ее основные сегменты. Типология СМИ. СМИ как информационное и коммуникационное пространство рыночной экономики. Роль СМИ в продвижения социально-культурных проектов. Теории массовой коммуникации. Менеджмент новостей и искусство создания новостей. Общая схема управления информацией для СМИ. Формирование и сег-

		ментация информационного потока. Формирование информационного партнерства. Организация взаимодействия со СМИ. Приемы связи со средствами массовой информации. Пресс-служба и пресс-секретарь: назначение деятельности. Право и этика в работе пресс-службы и пресс-секретаря.
10	Имиджирование и брендинг как составляющие продюсерской деятельности	Понятия «имидж», «бренд» и «брендинг». Роль имиджирования и брендинга в продвижении социально-культурного проекта. Имидж проекта и его участников: основные составляющие. Технология создания имиджа. Разработка концепции бренда. Разработка характеристик и атрибутов бренда. Создание имени бренда. Разработка концепции позиционирования бренда. Взаимосвязь имиджа и бренда, бренд как система имиджей. Имидж и репутация в брендинге. Динамичность, как свойство имиджа и бренда. Изменение имиджа и ребрендинг.
11	Организация концертной и гастрольной деятельности	Концертно-гастрольная деятельность и ее роль в продюсерских проектах. Концертная и гастрольная деятельность, основные понятия, действующие лица и составляющие. Типы концертов и мероприятий. Основные тенденции рынка концертно-зрелищных мероприятий. Современное состояние рынка букерских и промоутерских услуг в России, его особенности. Организационные аспекты концертной и гастрольной деятельности: предварительный маркетинг, расчет рентабельности, спонсоры, продажа билетов, определение суммы гонорара, переговоры и подписание контракта, технический и бытовой райдеры, рекламное обеспечение, PR. Выбор и оборудование концертной площадки. Проблемы развития концертной и гастрольной деятельности в России. Причины срыва концертов и связанные с ними риски. Особенности организации гастролей зарубежных артистов.

4.4. Разделы дисциплины (модуля) и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№ № разделов данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.	Производственная практика	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
2	Выпускная квалификационная работа	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

4.5. Тематика семинарских (практических) занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
-------	---------------------------------	--------------------

1.	Понятие «продюсер» и продюсерская деятельность.	Продюсер, как профессионал, основные направления его деятельности. Ответственность за организацию, качество и финансовое обеспечение проектов. Формы художественного и финансового контроля. Виды шоу-программ в различных сферах. Критерии профессионального мастерства продюсера. Продюсер и художественная деятельность. Конъюнктура рынка и деятельность конкурентов.
2.	Организационная деятельность продюсера.	Организация деятельности продюсера. Шоу-проект и работа над его воплощением. Оборудование мест проведения шоу, специфика шоу - проектов в театре, кино на фестивалях, праздниках, в песенном и музыкальном творчестве.
3.	Договора и контракты продюсера	Заключение контрактов с авторами, сценаристами, режиссером - постановщиком, директором программы. Договоры с заказчиками, производственными коллективами, оформительскими пиротехническими организациями, прокатными фирмами и промоуторами. Формы договоров, условия. Контракты и договора с исполнителями, артистами, арендодателями светозвукового, сценического оборудования, телевизионной техники.
4.	Творческо-режиссерская и финансово-хозяйственная деятельность продюсера.	Работа по воплощению творческого замысла. Сценарное обеспечение, поиск авторов, конкурсный отбор исполнителей. Формирование постановочной группы. Календарный план подготовки мероприятия. Финансирование проекта. Изыскание источников средств. Финансовый контроль над проведением мероприятия.
5.	Менеджмент в деятельности продюсера.	Менеджмент и постановочная деятельность продюсера: планирование, организация, руководство, координация, контроль, принятие решений, ведение переговоров, работа с персоналом. Требования к менеджеру. Компетентность, профессионализм. Знание производства. Умение управлять людьми, предвидеть ситуацию на рынке культурных услуг. Умение использовать различные формы и методы привлечения потребителей. Выживание, способы извлечения прибыли, обеспечение конкурентоспособности продукта. Методы управления шоу. Инновационный менеджмент в сфере досуга. Воспроизводство структуры и форм досуговой деятельности.
6.	Маркетинг в шоу-бизнесе.	Маркетинг как вид деятельности в сфере досуга. Изучение сегмента рынка культурных услуг. Определение факторов, влияющих на выбор потребителей. Формы изучения спроса, оценка, формирование спроса. Реклама как составляющая часть маркетинга. Стимулирование спроса. Виды рекламы, формы рекламирования развлекательных мероприятий.
7.	Режиссерский замысел и сценарное обеспечение проекта.	Виды празднеств, выбор и проектирование развлекательного мероприятия. Сценарий театрализованного представления празднества, фабула. Режиссерско-постановочный план. Работа режиссерско-

		<p>постановочной группы по его реализации. Работа администратора по транспорту, реквизиту, оформлению, озвучиванию, освещению и т.д.</p> <p>Творческие, технические, генеральные репетиции. Работа всего коллектива под руководством продюсера над конечным продуктом.</p>
8.	Смета на подготовку и проведение театрализованного представления.	<p>Состав расходов на мероприятие, их обоснование. Расценки, стоимость работ и услуг. Платежи и налоги. Связь сценария со сметой. Расчет и изыскание источников возмещение расходов. Исполнение статей сметы, финансовые документы, подтверждающие расходы. Составление финансового отчета по смете на ведение мероприятия.</p>
9.	Коммерческая деятельность продюсера, ее правовые основы.	<p>Формирование бюджета проекта. Определение потребности в средствах от коммерческой деятельности. Виды коммерческой поддержки театрализованных представлений. Средства фирм партнеров, инвесторов и совместное извлечение прибыли. Формы коммерческой деятельности в индустрии развлечений. Организация предпринимательской деятельности. Законы и положения, регулирующие предпринимательскую (коммерческую) деятельность.</p> <p>Налоговое законодательство РФ, налоговый кодекс. «Закон об авторском праве и сложных правах».</p>

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, методическими рекомендациями по использованию инновационных технологий в образовательном процессе в федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Орловский государственный институт культуры» реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе инновационных и традиционных форм проведения контактной работы с обучающимися с целью формирования и развития профессиональных навыков. Для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций реализация дисциплины «Продюсирование в сфере культуры» предполагает сочетание различных видов учебной работы, методов и форм активизации познавательной деятельности.

Традиционные формы контактной работы:

занятия лекционного типа;

занятия семинарского типа;

Инновационные формы проведения контактной работы:

портфолио по дисциплине.

Примерная структура личного портфолио по дисциплине:

лист целей, которых обучающийся хотел бы достигнуть после изучения данной темы;

список прочитанной основной и дополнительной литературы по курсу;

эссе на прочитанный учебник (или периодику)

тесты по курсу (с оценкой);

копии статей из журналов, прочитанные и проанализированные студентом;

реферат и др.

применяются в ФГБОУ «Орловский государственный институт культуры» в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями) при угрозе возникновения и (или) возникновении отдельных

чрезвычайных ситуаций, введении режима повышенной готовности или чрезвычайной ситуации на всей территории Российской Федерации либо на ее части. Реализация образовательных программ, а также проведение государственной итоговой аттестации, завершающей освоение основных профессиональных образовательных программ, осуществляется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий вне зависимости от ограничений, предусмотренных в федеральных государственных образовательных стандартах или в перечне профессий, направлений подготовки, специальностей, реализация образовательных программ по которым не допускается с применением исключительно дистанционных образовательных технологий, если реализация указанных образовательных программ и проведение государственной итоговой аттестации без применения указанных технологий и перенос сроков обучения невозможны.

Средства коммуникации, используемые для проведения занятий в дистанционной форме:

- Система Moodle;
- Электронная почта;
- Zoom и сервисы, похожие на Zoom.

Электронная информационно-образовательная среда ОГИК, обеспечивает:

- возможность доступа к учебным планам, РП дисциплин (модулей), практик, к изданиям ЭБС и электронным образовательным ресурсам, указанным в РП;
- возможность фиксации хода образовательного процесса результатов промежуточной аттестации и результатов освоения основных образовательных программ;
- возможность проведения всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением ДОТ;
- возможность формирования электронного портфолио обучающегося, в том числе, сохранение работ обучающихся, рецензий и оценок за эти работы со стороны любых участников образовательного процесса;
- возможность взаимодействия между участниками образовательного процесса в том числе, синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети Интернет.

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

6.1. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

Текущий контроль знаний студентов осуществляется проводимыми по основным темам дисциплины следующими контрольными оценочными формами: опрос, реферат, тестирование

Шкала оценки опроса на примере освоения компетенций

ПК-2 Способен обеспечивать комплекс услуг по культурно-массовому досугу населения

Шкала оценивания	Характеристика сформированности компетенций
5 «отлично»	Студент полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

4 «хорошо»	Студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
3 «удовлетворительно»	Студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
2 «неудовлетворительно»	Студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «2» отмечает такие недостатки в подготовке, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Шкала оценки рефератов на примере освоения компетенции (ий)

ПК-2 Способен обеспечивать комплекс услуг по культурно-массовому досугу населения

Шкала оценивания	Характеристика сформированности компетенций
5 «отлично»	Содержание реферата соответствует заявленной теме, логически выстроено. Сделан критический анализ, систематизация и обобщение научной информации по теме реферата. Работа имеет законченный характер. Реферат хорошо проработан, материал структурирован, легко воспринимается на слух, используется профессиональная терминология. Оформление реферата соответствует установленными требованиями. Студенту не требуется дополнительного времени на поиск ответов, ответы строго соответствуют задаваемым вопросам. Представлено собственное мнение по данной проблеме, студент использовал свой творческий потенциал.
4 «хорошо»	Содержание реферата соответствует заявленной теме, логически выстроено. Сделаны систематизация и обобщение научной информации по теме реферата. Работа имеет не совсем законченный характер. Реферат хорошо проработан, легко воспринимается на слух. Студенту требуется немного дополнительного времени на поиск ответов, ответы соответствуют задаваемым вопросам. Представлено собственное мнение по данной проблеме.
3 «удовлетворительно»	Содержание реферата не вполне соответствует заявленной теме. Отражает отдельные, не самые принципиальные вопросы выбранной темы. Реферат сбивчивый, темп речи не выдерживается, большая часть реферата зачитана с листа, информация на слух воспринимается сложно. Вопросы вызывают сложности, сами ответы не строго соответствуют задаваемым вопросам
2 «неудовлетворительно»	Содержание реферата не соответствует заявленной теме. Реферат зачитывается с листа. Студент не может ответить на вопросы

Шкала оценки эссе на примере освоения компетенции (ий)

ПК-2 Способен обеспечивать комплекс услуг по культурно-массовому досугу населения

Шкала оценивания	Характеристика сформированности компетенций
5 «отлично»	представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы; проблема раскрыта на теоретическом уровне, в связях и с обоснованиями, с корректным использованием терминов и понятий в контексте ответа; предоставлена аргументация своего мнения с опорой на научную и периодическую литературу.
4 «хорошо»	представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы; проблема раскрыта с корректным использованием терминов и понятий в контексте ответа (теоретические связи и обоснования не присутствуют или явно не прослеживаются); представлена аргументация своего мнения с опорой на научную и периодическую литературу.
3 «удовлетворительно»	представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы; проблема раскрыта при формальном использовании терминов; представлена аргументация своего мнения без теоретического обоснования.
2 «неудовлетворительно»	не представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы, проблема раскрыта на бытовом уровне; аргументация своего мнения слабо связана с раскрытием проблемы.

Шкала оценки тестирования на примере освоения компетенции (ий)

ПК-2 Способен обеспечивать комплекс услуг по культурно-массовому досугу населения

За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставаются баллы.

Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за не правильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей.

В заданиях с выбором нескольких верных ответов, заданиях на установление правильной последовательности, заданиях на установление соответствия, заданиях открытой формы можно использовать порядковую шкалу. В этом случае баллы выставляются не за всё задание, а за тот или иной выбор в каждом задании, например, выбор варианта, выбор соответствия, выбор ранга, выбор дополнения.

В соответствии с порядковой шкалой за каждое задание устанавливается максимальное количество баллов, например, три. Три балла выставаются за все верные выборы в одном задании, два балла - за одну ошибку, один - за две ошибки, ноль — за полностью неверный ответ.

Оценка	Характеристика сформированности компетенций
5 «отлично» 90-100% правильных ответов	Знает: термины и экономические закономерности и взаимосвязи в СКС Умеет: учитывать особенности экономических взаимосвязей, характер влияние одного явления на другое, на основе чего предполагать их дальнейшее развитие

	Владеет: методами анализа экономических процессов, на основе которым может проводить сравнения деятельности учреждений культуры как внутри страны, так и меж- страновые.
4 «хорошо» 76-89% правильных ответов	Знает: термины и экономические закономерности в СКС Умеет: учитывать особенности экономических взаимосвязей и характер влияние одного явления на другое Владеет: методами анализа экономических процессов, на основе которым может проводить сравнения деятельности
3 «удовлетворительно» 60-75% правильных ответов	Знает: термины Умеет: анализировать экономические взаимосвязи в СКС Владеет: методами анализа экономических процессов.
2 «неудовлетворительно» меньше 59% правильных ответов	Не знает: термины Не умеет: анализировать взаимосвязи между экономическими процессами и явлениями Не владеет: методами анализа экономических процессов в сфере культуры

6.2 Оценочные материалы для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Определение степени сформированности компетенций проводится в ходе промежуточной аттестации (экзамена) с учетом уровней формирования компетенции (допороговый уровень соответствует «2», пороговый уровень – «3», продвинутый уровень – «4», высокий – «5»).

Профессиональные компетенции

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Этапы (уровни) формирования профессиональной компетенции	Описание показателей и индикаторов достижения профессиональной компетенции на различных этапах ее формирования
Тип задач профессиональной деятельности: технологический				
создание культурных программ и социально-культурных мероприятий, направленных на творческое развитие детей, подростков и взрослых, организацию свободного времени населения	Технологии социально-культурного творчества и культурно-просветительной деятельности	ПК-2 Способен обеспечивать комплекс услуг по культурно-массовому досугу населения	вый (неудовлетворительно)	ПК – 2.1. Не знает: основные закономерности продюсирования и постановки культурно-досуговых программ и форм социально-культурной деятельности с применением художественно-образных выразительных средств. ПК – 2.2. Не умеет: использовать в практической деятельности современные научные и теоретические знания в вопросах продюсирования и постановки культурно-досуговых про-

				грамм и форм социально-культурной деятельности с применением художественно-образных выразительных средств. ПК – 2.3. Не владеет: навыками комплексной оценки эффективности производственно-хозяйственной деятельности организаций в сфере социально-культурной деятельности.
			пороговый (удовлетворительно)	ПК – 2.1. Знает: основные закономерности продюсирования и постановки культурно-досуговых программ и форм социально-культурной деятельности с применением художественно-образных выразительных средств. ПК – 2.2. Умеет: использовать в практической деятельности современные научные и теоретические знания в вопросах продюсирования и постановки культурно-досуговых программ и форм социально-культурной деятельности с применением художественно-образных выразительных средств. ПК – 2.3. Владеет: навыками комплексной оценки эффективности производственно-хозяйственной деятельности организаций в сфере социально-культурной деятельности.
			продвину- тый (хорошо)	ПК – 2.1. Знает: основные закономерности продюсирования и постановки культурно-досуговых программ и форм социально-культурной деятельности с применением художественно-образных выразительных средств; основные методы и приемы продюсирования и постановки куль-

			<p>турно-досуговых программ и форм социально-культурной деятельности с применением художественно-образных выразительных средств.</p> <p>ПК – 2.2. Умеет: использовать в практической деятельности современные научные и теоретические знания в вопросах продюсирования и постановки культурно-досуговых программ и форм социально-культурной деятельности с применением художественно-образных выразительных средств; применять приемы и методы экономического анализа продюсирования и постановки культурно-досуговых программ и форм социально-культурной деятельности с применением художественно-образных выразительных средств.</p> <p>ПК – 2.3. Владеет: навыками комплексной оценки эффективности производственно-хозяйственной деятельности организаций в сфере социально-культурной деятельности; навыками определения критериев и методов сегментирования рынка в сфере социально-культурной деятельности.</p>
		высокий (отлично)	<p>ПК – 2.1. Знает: основные закономерности продюсирования и постановки культурно-досуговых программ и форм социально-культурной деятельности с применением художественно-образных выразительных средств; основные методы и приемы продюсирования и постановки культурно-досуговых программ</p>

			<p>и форм социально-культурной деятельности с применением художественно-образных выразительных средств; составляющие технологического процесса продюсирования и постановки культурно-досуговых программ и форм социально-культурной деятельности с применением художественно-образных выразительных средств.</p> <p>ПК – 2.2. Умеет: использовать в практической деятельности современные научные и теоретические знания в вопросах продюсирования и постановки культурно-досуговых программ и форм социально-культурной деятельности с применением художественно-образных выразительных средств; применять приемы и методы экономического анализа продюсирования и постановки культурно-досуговых программ и форм социально-культурной деятельности с применением художественно-образных выразительных средств; выполнять анализ эффективности маркетинговых мероприятий, оценивать конкурентоспособность, предоставляемых социально-культурных услуг.</p> <p>ПК – 2.3. Владеет: навыками комплексной оценки эффективности производственно-хозяйственной деятельности организаций в сфере социально-культурной деятельности; навыками определения критериев и методов сегментирования рынка в сфере социально-культурной деятельности; навыками фор-</p>
--	--	--	---

				мирования управленческой, сбытовой и производственной программы организаций в сфере социально-культурной деятельности.
--	--	--	--	--

6.3. Показатели и критерии оценивания компетенций

Определение степени сформированности компетенций проводится в ходе промежуточной аттестации (зачета и экзамен) с учетом четырех этапов (уровней) владения (формирования) компетенций (допорогового, порогового, продвинутого и высокого).

По результатам зачета обучающиеся получают оценку «зачтено/не зачтено».

Критерии оценивания компетенций

Оценка «**зачтено**» выставляется в том случае, если обучающийся показал высокий или продвинутый уровень владения профессиональными компетенциями, даны полные и исчерпывающие ответы на вопросы промежуточной аттестации:

воспроизведен полный объем необходимого материала;

показано понимание сущности проблемы, дискуссионные аспекты;

демонстрируются элементы самостоятельного научного анализа, аргументированные критические оценки фактического материала на основе глубокого знания литературы по дисциплине;

проявлен творческий подход к ответу по вопросу;

обоснованы выводы;

присутствует четкость изложения и собственный стиль подачи материала.

Оценка «**не зачтено**» ставится в случае, если обучающийся вообще ничего не может ответить по вопросу, не раскрывает сути вопросов, обнаруживает их непонимание, незнаком со специальной литературой по вопросу или отказывается отвечать, а также не знает ответы по наводящим вопросам преподавателя.

6.4. Методические материалы для оценки и контроля результатов обучения, шкала оценивания.

Процедура зачета:

Формой промежуточной аттестации является зачет. Зачет проводится в форме собеседования по заранее составленным вопросам. На подготовку ответа по вопросу отводится 30 минут. Оценка знаний производится по 2-балльной шкале: «зачтено/не зачтено». В случае неудовлетворительной оценки обучающийся имеет право на передачу зачета в установленном порядке.

Примерные вопросы к зачету

1. Основные задачи и содержание продюсерской деятельности.
2. Исторические предпосылки возникновения и развития продюсерской деятельности.
3. Специфика современной культуротворческой деятельности.
4. Особенности продюсирования форм социально-культурной деятельности
5. Особенности продюсирования социально-культурных проектов.
6. Творческие и организационные аспекты продюсерства.
7. Основные виды, типы и методы продюсирования.
8. Роль продюсера в управлении проектом, его основные задачи.

9. Функции продюсера форм социально-культурной деятельности.
10. Значение и содержание деятельности продюсера на предварительном этапе проекта.
11. Постановка целей как основа продюсерского проекта.
12. Управление эффективностью деятельности.
13. Требования, предъявляемые современному продюсеру.
14. Взаимосвязь личностных качеств и деятельности продюсера.
15. Лидерство в деятельности продюсера.
16. Теории и модели лидерства.
17. Креативные технологии в деятельности продюсера.
18. Источники финансирования форм социально-культурной деятельности.
19. Предпринимательская деятельность как форма финансирования продюсерских проектов.
20. Альтернативные формы финансирования продюсерских проектов.
21. Схемы финансирования продюсерских проектов.
22. Особенности и проблемы финансирования продюсерских проектов в социально-культурной сфере.
23. Значение деятельности по управлению рисками в продюсерской деятельности.
24. Риски как объект теории и практики управления.
25. Чистые и спекулятивные риски.
26. Виды издержек и их анализ.
27. Основные категории подверженности рискам в продюсерской деятельности и их оценка.
28. Инструментарий управления рисками и основные этапы разработки и реализации программы управления рисками.
29. Авторское право в деятельности по производству и реализации творческих проектов.
30. Допустимое свободное использование авторского произведения в продюсерском проекте.
31. Защита авторских и смежных прав как составляющая деятельности продюсера.
32. Способы защиты авторских прав.
33. Продюсерский договор с автором-участником проекта и его основные положения.
34. Роль и место продвижения в современном обществе. Объекты продвижения.
35. Особенности продвижения в социально-культурной деятельности.
36. Технология продвижения продюсерских проектов и ее основные составляющие.
37. Инструментарий продвижения продюсерских проектов.
38. Маркетинговые структуры, их роль в продвижении продюсерских проектов.
39. Роль средств массовой информации в современном обществе.
40. Теории массовой коммуникации.
41. Общая схема управления информацией для СМИ.
42. Организация взаимодействия со СМИ.
43. Понятия «имидж», «бренд» и «брендинг».
44. Роль имиджирования и брендинга в продвижении социально-культурного проекта.
45. Технология создания имиджа.
46. Разработка концепции бренда, ребрендинг.
47. Концертная и гастрольная деятельность, основные понятия, действующие лица и составляющие.
48. Типы концертов и мероприятий и основные тенденции рынка концертно-зрелищных мероприятий.
49. Организационные аспекты концертной и гастрольной деятельности.

50. Проблемы развития концертной и гастрольной деятельности в России.

Примерная тематика рефератов

1. Продюсирование в сфере исполнительских искусств.
2. Продюсирование интернет проектов.
3. Продюсирование в шоу-бизнесе.
4. Продюсирование социально-культурных проектов.
5. Краудфандинг: исторические аспекты и современные технологии.
6. Селебрити-маркетинг как новый подход в финансировании проекта.
7. Продакт-плейсмент как инструмент продюсерской деятельности.
8. Взаимодействие культуры и бизнеса: креативные подходы в спонсоринге.
9. Риски в продюсерской деятельности, их последствия и способы защиты от них.
10. Нарушение и защита авторских прав в продюсерских проектах.
11. Работа продюсера со спонсорами.
12. Создание специальных событий и специальных мероприятий.
13. Деятельность продюсера по созданию персонального бренда.
14. Концертная и гастрольная деятельность.
15. Фестивальное движение в городе (ваш город).

Примерная тематика эссе

1. Экономические основы бизнеса.
2. Бизнес-планирование в управлении шоу-программами.
3. Отличительные особенности коммерческого и некоммерческого продюсирования развлекательных мероприятий.
4. Антреприза-частное зрелищное предприятие.
5. Бизнес-идея.
6. Бизнес-проект.
7. Джилинг в шоу-бизнесе
8. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
9. Экономическое обоснование бизнес-проекта.
10. Стратегическое планирование в деятельности продюсера.
11. Инвестиционный проект.
12. Маркетинг-микс.
13. Элементы практического маркетинга в организации художественно-развлекательных мероприятий.
14. Промоушн.
15. Хайпинг.
16. Фандрейзинг.
17. Управление качеством проекта.
18. Управление реализацией проекта.
19. История отечественного продюсирования.
20. Практика продюсирования за рубежом.

6.5. Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений и навыков, характеризующие этапы формирования компетенций

Проверочные задания для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенции (компетенций) в процессе освоения дисциплины «Продюсирование в сфере культуры».

№ п/п	Код и наименование формируемой компетенция	Тестовое задание (вопросы) для проверки уровня сформированности компетенции
----------	--	---

2	ПК-2 Способен обеспечивать комплекс услуг по культурно-массовому досугу населения	<p>1. Продюсер – это:</p> <p>а) специалист, который принимает непосредственное участие в производстве проекта, регулирует финансовые, административные, технологические, творческие или юридические аспекты деятельности.</p> <p>б) специалист в области управления, управленец, руководитель, управляющий, администратор, заведующий, председатель, директор, начальник.</p> <p>в) это первое лицо предприятий и социально-культурных организаций;</p> <p>г) начальник социально-культурного проекта, который регулирует финансовые, административные, технологические, творческие или юридические аспекты деятельности.</p> <p>2. Какие качества не важны для продюсера в его профессиональной деятельности:</p> <p>а) чувство стиля.</p> <p>б) готовность к риску.</p> <p>в) организационно-управленческие качества.</p> <p>г) маркетинговые способности.</p> <p>3. Какого стиля управления не существует в деятельности продюсера:</p> <p>а) креативного.</p> <p>б) делегирующего.</p> <p>в) авторитарного.</p> <p>г) демократического.</p> <p>4. Креативный продюсер – это:</p> <p>а) специалист, который отвечает за творческую составляющую проекта;</p> <p>б) специалист, который следит за бюджетом проекта.</p> <p>в) продюсер, который отчитывается перед исполнительным продюсером и предоставляет деньги для финансирования фильма.</p> <p>г) человек отвечающий за наполнение информационного контента программы.</p> <p>5. Антрепренёр – это:</p> <p>а) содержатель, либо арендатор частного зрелищного предприятия;</p> <p>б) специалист, который следит за бюджетом проекта.</p> <p>в) специалист, который принимает непосредственное участие в производстве проекта, регулирует финансовые, административные, технологические, творческие или юридические аспекты деятельности.</p> <p>г) человек отвечающий за наполнение информационного контента программы</p> <p>6. Логотип – это:</p>
---	---	--

	<p>а) оригинальное графическое изображение, символ, обозначающий (компанию, фирму);</p> <p>б) графическая композиция с фирменным названием организации (предприятия, компании);</p> <p>в) единый художественно-графический подход к оформлению всей совокупности рекламных материалов;</p> <p>г) совокупность всех графических изображений, позволяющих отличить данную фирму от других.</p> <p>7.Рекламный процесс представляет собой:</p> <p>а) процесс создания рекламной продукции;</p> <p>б) комплекс рекламных мероприятий, направленных на какой-либо сегмент рынка;</p> <p>в) совокупность фаз движения рекламной информации от рекламодателя к рекламополучателю;</p> <p>г) определение контингента товаров и услуг, нуждающихся в рекламе</p> <p>8.Средство рекламы – это...</p> <p>а) программа коммуникаций, имеющая общие цели, стратегию, бюджет, и часто ориентированная на одну и ту же целевую аудиторию;</p> <p>б) представляет собой материальное средство, которое служит для распространения рекламного сообщения и способствует достижению необходимого рекламного эффекта ;</p> <p>в) действие по разработке товарного предложения предприятия и его имиджа, направленные на то, чтобы занять обособленное благоприятное положение в сознании целевой группы потребителей.</p> <p>г) совокупность действий, направленных на привлечение потенциальных потребителей и удержанию имеющихся</p> <p>9.Рекламная кампания – это:</p> <p>а) фирма, профессионально занимающаяся рекламной деятельностью;</p> <p>б) процесс продвижения рекламной информации от рекламодателя к получателю;</p> <p>в) планомерный процесс изготовления рекламных материалов и проведение рекламных мероприятий;</p> <p>г) комплекс рекламных мероприятий, разработанных в соответствии с программой маркетинга, объединенных одной целью и направленных на какой-либо сегмент рынка.</p> <p>10.Контроль за рекламной деятельностью и ее анализ подразумевают:</p> <p>а) анализ структуры рекламной деятельности и динамика ее показателей;</p> <p>б) моделирование и прогнозирование рекламной дея-</p>
--	---

	<p>тельности;</p> <p>в) расчеты эффективности рекламных мероприятий;</p> <p>г) оценку факторов, определяющих эффективность рекламной деятельности</p> <p>11. Закон предложения, если цены растут, при прочих равных условиях проявляется:</p> <p>а) в сокращении спроса;</p> <p>б) в росте объема предложения;</p> <p>в) в падении объема предложения;</p> <p>г) в замедлении роста объема предложения.</p> <p>12. Сегментация рынка — это:</p> <p>а) разделение территории рынка на отдельные сегменты;</p> <p>б) стратегия выборочного проникновения на рынок;</p> <p>в) структурирование потребителей, заинтересованных в определенных товарах или услугах;</p> <p>г) разбивка рынка на четкие группы потребителей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары или комплексы маркетинга.</p> <p>13. Назовите основное отличие потребительского рынка от рынка товаров промышленного назначения:</p> <p>а) приобретаются разнообразные товары;</p> <p>б) товары используются для личного потребления;</p> <p>в) спрос на товары потребительского рынка эластичен;</p> <p>г) нет правильного ответа.</p> <p>14. По степени ограничения конкуренции различают рынки:</p> <p>а) совершенной конкуренции;</p> <p>б) олигополистический рынок;</p> <p>в) монополистической конкуренции;</p> <p>г) все ответы верные.</p> <p>15. При совершении какой закупки необходимо наибольшее число решений:</p> <p>а) при повторной закупке;</p> <p>б) при повторной закупке с изменениями;</p> <p>в) при закупке для решения новых задач;</p> <p>г) при всех закупках.</p> <p>16. Какие из перечисленных факторов, оказывающих влияние на решение покупателя, не относятся к личным:</p> <p>а) возраст;</p> <p>б) род занятий;</p> <p>в) экономическое положение;</p> <p>г) референтные группы.</p>
--	---

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

а) основная литература:

1. Основы продюсерства : аудиовизуальная сфера : учебник / В. В. Арсеньев, И. Д. Барский, А. Л. Богданов [и др.] ; под ред. Г. П. Иванова, П. К. Огурчикова, В. И. Сидоренко. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 720 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684549> (дата обращения: 20.09.2022). – ISBN 5-238-00479-6. – Текст : электронный.

2. Тульчинский, Г.Л. Менеджмент в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. - 4-е изд., испр. и доп. - СПб. : Лань: Планета музыки, 2009. - 544с. : ил. - (Учебники для вузов. Специальная литература). - ISBN 978-5-8114-0517-6.

3. Основы продюсерства : аудиовизуальная сфера : учебник / В. В. Арсеньев, И. Д. Барский, А. Л. Богданов [и др.] ; под ред. Г. П. Иванова, П. К. Огурчикова, В. И. Сидоренко. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 720 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684549> (дата обращения: 20.09.2022). – ISBN 5-238-00479-6. – Текст : электронный.

б) дополнительная литература:

1. Байрнс, У. Д. Менеджмент и культура=Management and the arts / У. Д. Байрнс ; под науч. ред. И. Чубарова ; пер. с англ. И. Кушнарево. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 624 с. : ил. – (Исследования культуры). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577242> (дата обращения: 19.08.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7598-1102-2. – Текст : электронный.

2. Переверзев, М.П. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учеб. пособие / М. П. Переверзев, Т.В. Косцов. - М. : Инфра-М, 2018. - 192 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006927-2; 978-5-16-101887-3.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ОСНАЩЕННОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 32.</p> <p>683032, Камчатский край, г. Петропавловск-Камчатский, ул. Пограничная д. 4, 40,7 кв. м., № 32</p>	<p><u>Основное оборудование:</u> мебель учебная; рабочая станция с выходом в сеть Интернет и доступом к ЭБС – 12 шт.; мультимедийный проектор – 1 шт.; интерактивная панель Lumien – 1 шт.</p> <p><u>Используемое ПО:</u> Microsoft Windows 10 (Лицензия ООО «Софистика» № 324 от 20.12.2018); Microsoft Office (Лицензия ООО «Софистика» № 324 от 20.12.2018); Антивирус Касперский (Лицензия LLC Legion (Легион ООО) № 2922-220210-124928-673-699); 7-ZIP; Corvid EVAL; Dev-C++; Google Chrome; Python; Scilab; TexLive; TexMaker; Visual Studio.</p>

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

9.1. Организация самостоятельной работы изучения дисциплины «Продюсирование в сфере культуры»

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу обучающегося во время контактной работы с преподавателем, выполнение контрольных мероприятий и планомерную самостоятельную работу.

Самостоятельная работа обучающихся состоит в:

- проработке лекционного материала;
- подготовке к семинарским занятиям;
- написании курсовых работ, рефератов, эссе в соответствии с методическими рекомендациями по выполнению письменных работ

Приёмы самостоятельной работы студентов

1. Работа с учебником.

Для обеспечения максимально возможного усвоения материала и с учётом индивидуальных особенностей студентов, можно предложить им следующие приёмы обработки информации учебника:

- конспектирование;
- составление плана учебного текста;
- аннотирование;
- выделение проблемы и нахождение путей её решения;
- самостоятельная постановка проблемы и нахождение в тексте путей её решения;
- определение алгоритма практических действий (план, схема).

2. Опорный конспект.

Опорный конспект необходимо давать на этапе изучения нового материала, а потом использовать его при повторении, при организации самостоятельной работы студентов.

Опорный конспект позволяет не только обобщать, повторять необходимый теоретический материал, но и даёт педагогу огромный выигрыш во времени при прохождении материала.

3. Тесты.

Тесты воспринимаются студентами как своеобразная игра. Тем самым снимается целый ряд психологических проблем – страхов, стрессов, которые, к сожалению, характерны для обычных форм контроля знаний студентов.

Основное достоинство тестовой формы контроля – это простота и скорость, с которой осуществляется первая оценка уровня обученности по конкретной теме, позволяющая, к тому же, реально оценить готовность к итоговому контролю в иных формах и, в случае необходимости, откорректировать те или иные элементы темы.

Тесты 1 уровня

Требуют выбора одного или нескольких правильных ответов на вопросы из ниже предложенных.

- На проверку качества усвоения знаний и применения знаний на практике: выбрать один из перечисленных способов ...;
- На соотнесение: найдите общее и различия в изучаемых объектах;
- На проверку рефлексии: установите соответствие ...;

Тесты 2 уровня

- Задания на подстановку: эти задания требуют выбора и дополнения фраз, формул, графических изображений, схем и т.д. предложенными недостающими или составляющими.
- Задания на конструирование ответа: заполнение таблицы, изображение схемы, графика, написание формулы и т.д.)
- Задания на решение конкретной ситуации.

Требования к тестам, предъявляемым студентам:
задания должны быть типичными для данной дисциплины;
объем задания должен обеспечивать выполнение теста за ограниченное время (не более часа);

задание по сложности, структуре, трудности должно быть объективно посильным для выполнения студентами на соответствующем этапе обучения;

задание по содержанию должно быть таким, чтобы правильное его выполнение имело только один эталон;

сложность заданий в системе тестов должна повышаться по мере продвижения студентов в овладении профессией;

формулировка содержания задания должна раскрывать поставленную перед учащимися задачу: что он должен сделать, какие условия выполнить, каких результатов достигнуть.

4.Семинар.

Форма проведения семинара очень гибкая.

На семинарах решаются следующие задачи:

- углубление, конкретизация и систематизация знаний, полученных студентами на предшествующих этапах учёбы;

- развитие навыков самостоятельной работы;

- профессиональное использование знаний в учебных условиях.

Типы проведения семинарских занятий:

- вопросно-ответный семинар;

- развёрнутая беседа на основе заранее данного студентам плана, обсуждение письменных рефератов;

- заслушивание устных докладов студентов с последующим их обсуждением;

- семинар – диспут;

- теоретическая конференция;

- семинар – имитационная игра;

- комментированное чтение первоисточников.

5.Подготовка и защита реферата.

Реферат представляет собой краткое изложение в письменном виде или в форме публичного доклада содержания научного труда или трудов специалистов по избранной теме, обзор литературы определенного направления.

Его задача – обобщить достигнутое другими, самостоятельно изложить проблему на базе фактов, почерпнутых из литературы.

Процесс работы над рефератом включает в себя следующие этапы:

1.Выбор тематики реферата. Тема реферата не должна быть слишком общей, глобальной, так как сравнительно небольшой объем работы не позволит раскрыть ее. При выборе темы необходимо проанализировать, насколько она освещена в имеющейся научной литературе.

Выбор темы должен быть осознанным и отвечать личным познавательным интересам будущего автора. Очень важны в этом смысле консультации и обсуждение темы с преподавателем, который может и должен оказать помощь в правильном выборе темы и постановке задач работы.

2.Изучение литературы.

3.Составление плана работы. Правильно построенный план реферата служит организующим началом в работе студента, помогает систематизировать материал, обеспечивает последовательность его изложения.

План обучающийся составляет самостоятельно, с учетом замысла работы.

4.Процесс написания реферата. Выбрав тему, сделав выписки из литературы и составив план, можно приступить непосредственно к написанию реферата.

Излагать материал в реферате рекомендуется своими словами, не допуская дословного переписывания литературных источников. Работа должна быть написана грамотным литературным языком. Сокращение слов в тексте не допускается. Исключения составляют общеизвестные сокращения и аббревиатуры. Реферат должен быть правильно и аккуратно оформлен, текст (рукописный, машинописный или в компьютерном исполнении) – разборчивым, без стилистических и грамматических ошибок.

5. Оформление и защита реферата. Оформляется реферат в соответствии с принятыми правилами и сдается на проверку преподавателю за 1-2 недели до зачетного занятия.

Защита тематического реферата может проводиться на выделенном одном занятии в рамках часов учебной дисциплины или по одному реферату при изучении соответствующей темы, либо по договоренности с преподавателем.

Защита реферата студентом предусматривает

- доклад по реферату не более 5-7 минут
- ответы на вопросы оппонента.

На защите не рекомендуется чтение текста реферата.

Итоговый тест

по дисциплине «Продюсирование в сфере культуры»

1. Продюсер – это:

а) специалист, который принимает непосредственное участие в производстве проекта, регулирует финансовые, административные, технологические, творческие или юридические аспекты деятельности.

б) специалист в области управления, управленец, руководитель, управляющий, администратор, заведующий, председатель, директор, начальник.

в) это первое лицо предприятий и социально-культурных организаций;

г) начальник социально-культурного проекта, который регулирует финансовые, административные, технологические, творческие или юридические аспекты деятельности.

2. Какие качества не важны для продюсера в его профессиональной деятельности:

а) чувство стиля.

б) готовность к риску.

в) организационно-управленческие качества.

г) маркетинговые способности.

3. Какого стиля управления не существует в деятельности продюсера:

а) креативного.

б) делегирующего.

в) авторитарного.

г) демократического.

4. Креативный продюсер – это:

а) специалист, который отвечает за творческую составляющую проекта;

б) специалист, который следит за бюджетом проекта.

в) продюсер, который отчитывается перед исполнительным продюсером и предоставляет деньги для финансирования фильма.

г) человек отвечающий за наполнение информационного контента программы.

5. Антрепренёр – это:

а) содержатель, либо арендатор частного зрелищного предприятия;

б) специалист, который следит за бюджетом проекта.

в) специалист, который принимает непосредственное участие в производстве проекта, регулирует финансовые, административные, технологические, творческие или юридические аспекты деятельности.

г) человек отвечающий за наполнение информационного контента программы

6. Логотип – это:

а) оригинальное графическое изображение, символ, обозначающий (компанию, фирму);

б) графическая композиция с фирменным названием организации (предприятия, компании);

в) единый художественно-графический подход к оформлению всей совокупности рекламных материалов;

г) совокупность всех графических изображений, позволяющих отличить данную фирму от других.

7.Рекламный процесс представляет собой:

а) процесс создания рекламной продукции;

б) комплекс рекламных мероприятий, направленных на какой-либо сегмент рынка;

в) совокупность фаз движения рекламной информации от рекламодателя к рекламополучателю;

г) определение контингента товаров и услуг, нуждающихся в рекламе

8.Средство рекламы – это...

а) программа коммуникаций, имеющая общие цели, стратегию, бюджет, и часто ориентированная на одну и ту же целевую аудиторию;

б) представляет собой материальное средство, которое служит для распространения рекламного сообщения и способствует достижению необходимого рекламного эффекта ;

в) действие по разработке товарного предложения предприятия и его имиджа, направленные на то, чтобы занять обособленное благоприятное положение в сознании целевой группы потребителей.

г) совокупность действий, направленных на привлечение потенциальных потребителей и удержанию имеющихся

9.Рекламная кампания – это:

а) фирма, профессионально занимающаяся рекламной деятельностью;

б) процесс продвижения рекламной информации от рекламодателя к получателю;

в) планомерный процесс изготовления рекламных материалов и проведение рекламных мероприятий;

г) комплекс рекламных мероприятий, разработанных в соответствии с программой маркетинга, объединенных одной целью и направленных на какой-либо сегмент рынка.

10.Контроль за рекламной деятельностью и ее анализ подразумевают:

а) анализ структуры рекламной деятельности и динамика ее показателей;

б) моделирование и прогнозирование рекламной деятельности;

в) расчеты эффективности рекламных мероприятий;

г) оценку факторов, определяющих эффективность рекламной деятельности

11. Закон предложения, если цены растут, при прочих равных условиях проявляется:

а) в сокращении спроса;

б) в росте объема предложения;

в) в падении объема предложения;

г) в замедлении роста объема предложения.

12. Сегментация рынка — это:

- а) разделение территории рынка на отдельные сегменты;
- б) стратегия выборочного проникновения на рынок;
- в) структурирование потребителей, заинтересованных в определенных товарах или услугах;
- г) разбивка рынка на четкие группы потребителей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары или комплексы маркетинга.

13. Назовите основное отличие потребительского рынка от рынка товаров промышленного назначения:

- а) приобретаются разнообразные товары;
- б) товары используются для личного потребления;
- в) спрос на товары потребительского рынка эластичен;
- г) нет правильного ответа.

14. По степени ограничения конкуренции различают рынки:

- а) совершенной конкуренции;
- б) олигополистический рынок;
- в) монополистической конкуренции;
- г) все ответы верные.

15. При совершении какой закупки необходимо наибольшее число решений:

- а) при повторной закупке;
- б) при повторной закупке с изменениями;
- в) при закупке для решения новых задач;
- г) при всех закупках.

16. Какие из перечисленных факторов, оказывающих влияние на решение покупателя, не относятся к личным:

- а) возраст;
- б) род занятий;
- в) экономическое положение;
- г) референтные группы.

9.2. Организация изучения дисциплины (модуля) «Продюсирование в сфере культуры» для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

Учебный процесс по дисциплине строится на компетентностно-ориентированном и индивидуально-дифференцированном подходе, с учетом особенностей заболевания и психофизического развития, в соответствии с индивидуальной программой реабилитации, на основе рабочей программы учебной дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся. Присутствует доступная среда, достаточная для обеспечения возможности беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в здание (пандусы и другие устройства и приспособления), на первом этаже главного корпуса, без перепада высот от уровня входа находится научная библиотека.

Институтом обеспечивается для лиц с ограниченными возможностями здоровья:

1) по зрению:

- наличие альтернативной версии официального сайта организации в сети «Интернет» для слабовидящих;

- размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме с учетом их особых потребностей справочной информации о расписании учебных занятий;

- обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- 2) по слуху:

- дублирование звуковой справочной информации о расписании учебных занятий визуальной;

- обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

- 3) для имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия обеспечивают возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения: расширенные дверные проемы и другие приспособления.

Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья могут обучаться совместно с другими в группах или, при необходимости, по индивидуальному учебному плану.

При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении промежуточной аттестации.

10. РАЗРАБОТЧИК РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – 51.03.03 по направлению подготовки Социально-культурная деятельность, профиль Менеджмент СКД, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06.12.2017 г. №1179 (с изменениями и дополнениями).

Разработчик:

ФГБОУ ВО «Орловский государственный институт культуры», доцент, кандидат педагогических наук

А.В. Амеличкин