

Учреждение образования
«Белорусский государственный университет
культуры и искусств»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор БГУКИ

_____ Ю. П. Бондарь

« _____ » _____ 2015 г.

Регистрационный № УД- _____ /баз.

**ПРОДЮСЕРСТВО В МУЗЫКАЛЬНОЙ
И АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

*Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности 1-21 04 01
Культурология (по направлениям),
направления специальности 1-21 04 01-02 Культурология
(прикладная), специализации 1-21 04 01-02 01 Менеджмент
социальной и культурной сферы*

Минск
БГУКИ
2015

СОСТАВИТЕЛИ:

И. Я. Климук, доцент кафедры менеджмента социокультурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук, доцент;

И. А. Рябушкина, преподаватель кафедры менеджмента социокультурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств»;

А. В. Макаревич, преподаватель кафедры менеджмента социокультурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств»

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

М. И. Козлович, декан факультета искусств, заведующий кафедрой художественного творчества и продюсерства частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М. Широкова», кандидат искусствоведения, доцент;

Н. Н. Королев, декан факультета культурологии и социокультурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНО К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой менеджмента социокультурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 3 от 31.10.2014 г.);

президиумом научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 4 от 12.03.2015 г.)

Ответственный за редакцию: В. Б. Кудласевич

Ответственный за выпуск: А. В. Макаревич

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Этап становления шоу-бизнеса в Республике Беларусь, а также современное функционирование института продюсерства в активно развивающейся индустрии досуга, связанной с массовым тиражированием продукта сферы искусства, коммерциализацией в экранной и музыкальной культурах, требуют отдельного рассмотрения в системе вузовской подготовки будущих менеджеров-культурологов.

Учебная дисциплина «Продюсерство в музыкальной и аудиовизуальной сфере» закладывает основы понимания закономерностей бизнес-процессов в условиях развития рыночных отношений в сфере культуры Республики Беларусь, освещает основные технологии создания и продвижения культурных продуктов и услуг (проектов), основываясь на научном подходе к исследованию потребностей и интересов конкретной целевой аудитории. В процессе освоения содержания предмета будущие менеджеры-культурологи получают знания основ продюсирования в аудиовизуальной и музыкальной сфере, знакомятся с современными требованиями к деятельности продюсера, условиями работы над творческими проектами, экономическими, финансовыми, коммерческими, художественными, социально-психологическими аспектами функционирования продюсерства в системе шоу-бизнеса, изучают нормативно-правовую базу Республики Беларусь, регламентирующую данные сегменты.

Цель учебной дисциплины: изучить основы продюсерской деятельности в аудиовизуальной и музыкальной сфере.

Достижение цели осуществляется посредством решения следующих задач:

- ознакомление с функционированием системы продюсирования и современными тенденциями развития в области музыкального шоу-бизнеса, кино- и телерадиоиндустрий;
- получение знаний о динамике развития мирового и отечественного музыкального, аудиовизуального рынков;
- формирование представлений об основных технологических навыках создания продукта, услуги, проекта.

Учебная программа имеет три условных вектора погружения в специфику предмета, связанных с тезаурусом (*Раздел 1. Теоретические основы изучения продюсерства в музыкальной и*

аудиовизуальной сфере) и основными технологиями продюсирования (Раздел 2. Технология создания продукта, услуги (проекта) в музыкальной и аудиовизуальной сфере), а также с деятельностью продюсера (продюсерского центра) по созданию музыкальной и аудиовизуальной продукции, формированию ее имиджа, выбору каналов инвестиций и дистрибьюции, мерчандайзингу и постпромоушну (Раздел 3. Финансирование и технология продвижения продукта, услуги (проекта) в музыкальной и аудиовизуальной сфере).

Содержание программы составляют также такие важные аспекты, как процесс организации и реализации творческого проекта; использование механизмов фандрайзинга, инструментов PR, моделей рекламных коммуникаций и технологий риск-менеджмента; методика работы над проектами в зависимости от их вида, назначения и уровня сложности (включая организацию фестивальной и гастрольной деятельности); функции продюсера в контексте управления персоналом в рассматриваемых индустриях.

В процессе изучения данного курса осуществляются межпредметные связи с учебными дисциплинами общенаучного и профессионального цикла: «Философия», «Экономика», «Теория и история культуры», «Менеджмент в сфере культуры», «Основы культурно-досуговой деятельности», «Профессиональная коммуникация», «Маркетинг в сфере культуры», «Сценарное мастерство и драматургия культурно-досуговых программ», «Ресурсная база социально-культурной деятельности».

В результате освоения учебного предмета студент должен *знать*:

- основные понятия, связанные с аудиовизуальной и музыкальной индустриями;
- теоретические основы профессиональной деятельности продюсера;
- базовые знания в области менеджмента и маркетинга сферы искусства, рассматриваемые в объеме данной дисциплины;
- специфику проектирования в данных сферах, достаточную для выполнения курсового проекта по изучаемой дисциплине.

В результате освоения учебного предмета студент должен *уметь*:

- определять целевую аудиторию разрабатываемых проектов;

- ориентироваться в законодательной базе Республики Беларусь, регламентирующей данный вид экономической и творческой деятельности;
- разрабатывать план деятельности членов команды на каждом из этапов создания и продвижения творческого проекта;
- прогнозировать типичные риски с предложением их минимизации;
- экспертировать существующие проекты в данных индустриях.

В результате освоения учебного предмета студент должен *владеть навыками:*

- инициации идей для продюсерских проектов в аудиовизуальной и музыкальной сфере;
- создания команды и распределения внутри нее функциональных обязанностей;
- организации производства музыкального и аудиовизуального продукта, услуги (проекта).

В ходе преподавания дисциплины используются педагогические методики и технологии, которые содействуют приобретению опыта самостоятельного решения различных организационных задач (анализ смоделированных ситуаций, принятие управленческих решений, активизация познавательной деятельности).

Основные формы обучения – лекции, практические занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа студентов.

В соответствии с учебным планом на изучение дисциплины «Продюсерство в музыкальной и аудиовизуальной сфере» всего предусмотрено 78 часов, в том числе аудиторных – 48. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: 18 часов – лекции, 10 часов – практические занятия, 20 часов – лабораторные занятия. Рекомендуемая форма контроля – зачет. Кроме того, по учебной дисциплине «Продюсерство в музыкальной и аудиовизуальной сфере» предусмотрена защита курсового проекта.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Название разделов и тем | Кол-во аудиторных часов | В том числе | | |
|---|-------------------------|-------------|----------------|----------------|
| | | лекции | практ. занятия | лабор. занятия |
| Раздел 1. Теоретические основы изучения продюсерства в музыкальной и аудиовизуальной сфере | | | | |
| Введение | | 1 | | |
| <i>Тема 1.</i> Продюсирование в музыкальной сфере. Музыкальная индустрия: структура и характеристика | | 1 | 2 | |
| <i>Тема 2.</i> Аудиовизуальная культура как объект продюсирования и тенденции ее развития | | 4 | | |
| <i>Тема 3.</i> Профессиональная компетентность продюсера | | 2 | 2 | |
| <i>Тема 4.</i> Институт продюсерства: организационно-правовой аспект | | 2 | 2 | |
| Раздел 2. Технология создания продукта, услуги (проекта) в музыкальной и аудиовизуальной сфере | | | | |
| <i>Тема 5.</i> Особенности продюсерской деятельности в музыкальной сфере | | 2 | | 8 |
| <i>Тема 6.</i> Специфика продюсерской деятельности в аудиовизуальной сфере (кино и телевидение) | | 2 | | 6 |
| Раздел 3. Финансирование и технология продвижения продукта, услуги (проекта) в музыкальной и аудиовизуальной сфере | | | | |
| <i>Тема 7.</i> Источники финансирования музыкального и аудиовизуального продукта, услуги (проекта); технология фандрайзинга | | 2 | | 2 |
| <i>Тема 8.</i> Этапы продвижения музыкального и аудиовизуального продукта, услуги (проекта) | | 2 | | 4 |
| <i>Тема 9.</i> Продюсерская деятельность в Республике Беларусь: современное состояние | | | 4 | |
| Всего... | 48 | 18 | 10 | 20 |

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел 1. Теоретические основы изучения продюсерства в музыкальной и аудиовизуальной сфере

Введение

Продюсирование как направление профессионального образования в арт-менеджменте и практическая деятельность в условиях арт-рынка. Задачи учебной дисциплины «Продюсерство в музыкальной и аудиовизуальной сфере» в системе подготовки специалистов-менеджеров социокультурной сферы. Методологические основы, структура, целеполагание, требования к освоению содержания и получаемым компетенциям, межпредметные связи.

Тема 1. Продюсирование в музыкальной сфере.

Музыкальная индустрия: структура и характеристика

История и основные тенденции развития предпринимательской деятельности в мировой музыкальной культуре. Музыкальный досуг и развлекательные направления в музыке. Понятие музыкальной индустрии в системе шоу-бизнеса. Шоу-бизнес и его структура. Тенденции развития музыкального продюсерства в зарубежных странах.

Основные жанры академической, фольклорной, неакадемической и массовой музыки в системе продюсирования. Понятия «музыкальная услуга» и «музыкальный товар». Виды музыкальной продукции/услуги (проектов). Основные группы потребителей музыкальной продукции и типология слушателей. Исследования белорусских ученых в области неакадемической музыки.

Тема 2. Аудиовизуальная культура как объект продюсирования и тенденции ее развития

Определение понятий «аудиовизуальная культура» и «аудиовизуальное искусство». Современное состояние аудиовизуальной культуры. Понятия аудиовизуальной коммуникации и экранной культуры. Этапы развития и особенности национальной экранной культуры. Трансформация экранной культуры в условиях становления рынка культурных услуг. Жанровая классификация кинофильмов.

Экранная культура в системе шоу-бизнеса. Понятие аудиовизуального рынка. Основные виды экранной продукции. Конкурентоспособность и динамика развития отечественного рынка аудиовизуальной продукции. Состояние и структура современного телевидения. Этапы становления телевидения. Организационно-управленческая структура системы телевидения. Формирование телевизионной системы в Республике Беларусь. Интернет-технологии, используемые для продюсирования аудиовизуального продукта.

Тема 3. Профессиональная компетентность продюсера

Знания, умения, навыки и личностные качества, продуцирующие успешную деятельность продюсера. Вариативность функциональных ролей продюсера (руководитель; лидер; креативный директор; дипломат; предприниматель; наставник; менеджер; исследователь-прогнозист; информационный агент).

Профессиограмма продюсера. Знание психологии личности и владение различными стилями руководства как профессиональная компетентность. Проблема взаимоотношений продюсера и артиста-музыканта, продюсера и участников музыкального проекта.

Тема 4. Институт продюсерства: организационно-правовой аспект

Законодательная база в области музыкального творчества и ее функционирование в мировом пространстве и на территории Республики Беларусь. Правовое пространство концертного бизнеса. Законодательное регулирование продюсерской деятельности в области кинематографии и телевидения в мире и Республике Беларусь.

Авторское право в музыкальном, кино- и телевизионном бизнесе: содержание и характеристика. Функционирование авторского (коллективного), смежного права.

Партнерские договоры и соглашения в системе продюсирования: виды, формы и характеристика.

Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности в музыкальной и аудиовизуальной сфере. Разнообразие и классификация.

Раздел 2. Технология создания продукта, услуги (проекта) в музыкальной и аудиовизуальной сфере

Тема 5. Особенности продюсерской деятельности в музыкальной сфере

Виды и разнообразие музыкальных продуктов, услуг (проектов). Процесс создания и производства музыкального продукта: этапы разработки и реализации и их характеристика. Жизненный цикл продукта, проекта в сфере искусства. Ресурсная база и организационно-правовой механизм, используемые в процессе производства музыкального продукта, услуги (проекта).

Компании, производящие основной поток мирового музыкального товара. Их структура и деятельность. Мэйджр-лейблы.

Академическая музыка как объект продюсирования. Особенности продюсирования неакадемических музыкальных проектов: фолк, джаз, рок, поп. Управление (социально-культурное проектирование и арт-менеджмент) в данных сферах и организация концертно-гастрольной деятельности.

Специфика музыкального продюсирования в рамках организации и проведения музыкальных фестивалей, конкурсов.

Специфика продюсирования музыкально-театральных постановок. Алгоритм разработки и реализации театрального спектакля. Взаимодействие продюсера с творческой группой и техническим персоналом.

Тема 6. Специфика продюсерской деятельности в аудиовизуальной сфере (кино и телевидение)

Кинематограф как объект продюсирования. Экономическая эффективность продюсерской деятельности. Основы производства кино- и видеопродукции. Сущность, этапы и технологические основы продюсирования фильмов. Прогнозирование коммерческого потенциала кинопроекта.

Театральный спектакль как аудиовизуальный продукт.

Экономические аспекты функционирования системы телевидения. Медиаэкономика. Источники финансирования современного телевидения. Перспектива развития телевидения и телевещания. Интернет-телевидение, IP-телевидение, мобильное телевидение: общее и различия. Особенности продюсирования телевизионных программ.

Раздел 3. Финансирование и технология продвижения продукта, услуги (проекта) в музыкальной и аудиовизуальной сфере

Тема 7. Источники финансирования музыкального и аудиовизуального продукта, услуги (проекта); технология фандрайзинга

Основные типы финансирования музыкальных и аудиовизуальных проектов: инвестирование, кредитование, бюджетирование и спонсирование.

Технология фандрайзинга: характеристика этапов, типология доноров и механизм взаимодействия с ними. Благотворительность и меценатство: содержание и характеристика.

Бизнес-планирование: содержание, структура и технология написания.

Социокультурное проектирование: пакет документов и их оформление.

Тема 8. Этапы продвижения музыкального и аудиовизуального продукта, услуги (проекта)

Роль рекламы и PR на различных стадиях функционирования проекта. Технология вывода продукта на рынок, промоушн, постпромоушн: содержание и организация процесса. Каналы распространения информации о продукте, услуге (проекте). Средства массовой информации и коммуникации в системе продвижения музыкального и аудиовизуального продукта. Интернет-лэйблы, букинговые интернет-площадки.

Создание и продвижение музыкальных и аудиовизуальных брендов. Мерчандайзинг.

Предмаркетинговая аналитика и перспективы развития и системные последствия проекта. Механизмы экспертирования результатов творческого проекта.

Тема 9. Продюсерская деятельность в Республике Беларусь: современное состояние

Этапы развития белорусской музыкальной культуры, инфраструктура белорусской музыкальной индустрии. Институт продюсерства на современном этапе в Республике Беларусь.

Деятельность продюсерских коммерческих организаций и особенности функционирования института продюсерства в государственных организациях сферы культуры Республики Беларусь.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная

1. *Жданова, Е. И.* Управление и экономика в шоу-бизнесе: учеб. пособие / Е. И. Жданова, С. В. Иванов, Н. В. Кротова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 176 с.
2. *Иванов, Г.* Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера : учебник для вузов / Г. Иванов. – М. : Юнити, 2004. – 144 с.
3. *Корнеева, С. М.* Как зажигают «звезды». Технологии музыкального продюсирования / Светлана Корнеева ; Санкт-Петербург [и др.]. – СПб. : Питер, 2004. – 315, [5].
4. *Корнеева, С. М.* Музыкальный менеджмент : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Музыкальный менеджмент» и специальностям культуры и искусств / С. М. Корнеева. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 303 с. : ил., табл. – Библиогр.: с. 264–265.
5. *Келлисон, К.* Продюсирование на телевидении = Producing for TV and Video : практ. подход / Кэтрин Келлисон ; пер. с англ. Б. С. Станкевич ; науч. ред. В. Е. Максимков. – Минск : Гревцов Паблишер, 2008. – 379 с.
6. Менеджмент у сферы музычнай культуры : праграма курса / М-ва культуры Рэсп. Беларусь, Беларус. дзярж. ун-т культуры ; распрац. А. А. Макарава ; сярод рэц. В. П. Пракапцова. – Мінск : УП «ІВЦ Мінфіна», 2004. – 37 с.
7. *Новикова, Г. Н.* Технология арт-менеджмента / Г. Н. Новикова. – М. : МГУКИ, 2006. – 178 с.
8. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера: учебник для вузов / под ред. Г. П. Иванова, П. К. Огурчикова, В. И. Сидоренко. – М.: Юнити-Дана, 2003. – 719 с.
9. *Страдов, Г. М.* Продюсерство па телевидении : учеб. пособие / Г. М. Страдов. – Минск : Совр. знания, 2007. – 187 с.
10. Тэхналогіі прадзюсерства : асновы прадзюсерскай дзейнасці ў сферы музычнай індустрыі : праграма для студэнтаў спецыялізацыі «менеджмент сацыякультурнай сферы» / Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў. – Мінск, 2006. – 25 с. – Бібліягр. : с. 12–15.
11. *Щербакова, И.* Как стать успешным промоутером. Концертный бизнес в России / И. Щербакова, И. Бортнюк. – СПб. : Питер, 2011. – 192 с.

Дополнительная

1. *Войтковский, С. Б.* Основы менеджмента и проектный менеджмент в искусстве / С. Б. Войтковский. – М. : НАМ-ИЗДАТ, 2001. – 128 с.

2. *Галуцкий, Г. М.* Финансово-экономическая деятельность в учреждениях культуры (стратегия выживания в условиях рыночной экономики) / Г. М. Галуцкий. – М. : Издат. дом «Галуцкий и С», 2001. – 331 с.

3. *Жданова, Е. И.* Основы промоутерской деятельности в музыкальном шоу-бизнесе: учеб. пособие / Е. И. Жданова, А. К. Акчурина, Н. В. Кротова. – М. : МГУКИ, 2002. – 81 с.

4. *Климук, И. Я.* Мода. Музыка. Молодежь. Опыт социокультурного и педагогического исследования : моногр. / И. Я. Климук. – Киев : Освіта України, 2010. – 238 с.

5. *Макарова, Е. А.* Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности в сфере культуры и искусств / Е. А. Макарова // Вопросы теории и практики современной художественной культуры Беларуси : сб. науч. ст. – Минск : РИВШ, 2011. – С. 6–17.

6. *Мотуйзо, Д. Ю.* Этнический компонент современной белорусской музыкальной культуры / Д. Ю. Мотуйзо // Культура: открытый формат – 2014 : сб. науч. ст. – Минск : БГУКИ, 2014. – С. 237–243.

7. *Орлова, Е. Р.* Бизнес-план: Методика составления и анализ типовых ошибок / Е. Р. Орлова. – М. : Омега-Л, 2013. – 168 с.

8. *Пригожин, И. И.* Политика – вершина шоу-бизнеса / И. И. Пригожин. – М. : Алкигамма, 2001. – 320 с.

9. *Рябушкина, И. А.* Современный европейский джаз (структура и классификация) / И. А. Рябушкина // Изв. Нац. академии наук Беларуси. Сер. гуманитар. наук. – Минск : Беларус. навука, 2008. – № 3. – С. 88–94.

10. *Стрекалова, Н. Д.* Бизнес-планирование : учеб. пособие. Стандарт третьего поколения / Н. Д. Стрекалова. – СПб. : Питер, 2013. – 352 с.

11. *Шмитт, Б.* Бизнес в стиле шоу: Маркетинг в культуре впечатлений / Б. Шмитт, Д. Роджерс, К. Вроцос. – М. : Вильямс, 2005. – 400 с.

Электронные ресурсы

1. Крол, Алексей. Продюсирование кино / А. Крол. – Часть 3: Кто такой кинопродюсер, что он делает и как им стать? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sniminim.com/statvi/aleksei-krol-prodvLisirovanie-kino-chast-3-kto-takoi-kino-produser-chto-delaet-i-kak-im-stat>.

2. Информационный портал Energy Dance Portal «Продюсер – двигатель шоу-проекта». Интервью с Евгением Кобылянским [Электронный ресурс]. – Режим доступа свободный.

3. Мэтт Биффа – музыкальный супервайзер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://olThnecinema.ru/ne\vs/20>.

4. Образец бизнес-плана музыкального проекта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://artrecords.ucoz.com/load/1>. Дата доступа : 15.11.2014.

5. Питчинг: наживка для продюсера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://festagent.com/rLi/articles/pitching/>.

6. Продюсер телевидения – самая уважаемая профессия на телевидении! [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tv-producer.ru/program.html>.

7. Feature Film Package [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://xn--htbd8aegd\(je.xn--pi ai'?p=103](http://xn--htbd8aegd(je.xn--pi ai'?p=103).

8. The State of the Music Industry in 2011 Copyright January 2011 by Keith Holzman, Keith Holzman Solutions Unlimited [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.musicbizacademy.com/articles/kh_2011.htm.

Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Продюсерство в музыкальной и аудиовизуальной сфере»

Инновационный характер преподавания данной учебной дисциплины связан с ее методологическими особенностями, в числе которых нацеленность на развитие у студентов креативности, формирование умений работать в условиях многозадачности и ограниченности ресурсов (времени, финансирования, пр.), ориентация на поиск оптимальных путей решения проблем и приобретение навыков работы в команде.

Изучение дисциплины предполагает организацию коллективной творческой деятельности студентов с применением интерактивных методов «мозгового штурма», тренингов, командной работы, деловых и ролевых игр, а также анализа аудио- и видеоматериалов, научных и научно-популярных источников в атмосфере дискуссии с выстраиванием аргументированной защиты собственной позиции.

Определенный объем учебного материала некоторых тем, а также задания, связанные с просмотром и анализом действующих музыкальных и аудиовизуальных проектов, зарубежных программ и фестивалей осваиваются студентами вне аудитории в рамках самостоятельной работы. Затем полученные знания проверяются в ходе практических и лабораторных занятий.

Одним из важных результатов изучения учебной дисциплины является успешное выполнение студентами курсового проекта, который может разрабатываться как микрогруппой (до 7 человек), так и индивидуально.

Перечень рекомендуемых средств диагностики

Оценка и диагностика достижений студентов выполняется поэтапно, включая отметки за конспект лекций; подготовку реферата; выполнение контент-анализа актуальных проектов, заданий к практическим и лабораторным занятиям, письменных контрольных работ, тестирования; составление словарика; наполнение портфолио по теме курсового проекта и другие формы контроля по конкретным темам учебной дисциплины.

Стимулирование освоения дисциплины и оптимизация успеваемости студентов предполагают накопительный принцип в соответствии с модульной системой. При наличии у студента

качественного конспекта лекций, материалов самостоятельной работы, высоких баллов за устные ответы и письменные задания по темам, составляющим не менее 70% общего объема изучаемой дисциплины, студент может получить накопительные бонусы к зачету.

Требования к курсовому проекту по учебной дисциплине

«Продюсерство в музыкальной и аудиовизуальной сфере» для студентов 2 курса ФКиСКД

Курсовой проект по учебной дисциплине «Продюсерство в музыкальной и аудиовизуальной сфере» выполняется студентами 2 курса ФКиСКД в течение IV семестра.

Форма работы над проектом – коллективная (микрогруппа до 7 человек, далее – команда проекта). Вклад каждого из участников проекта оценивается отдельно в диапазоне от 1 до 10 баллов.

Защита проекта готовится в произвольной творческой форме: приветствуется использование подготовленных самостоятельно видеороликов, мультимедийных презентаций, ролевых игр, инсценировок и т. п.

Текст проекта должен быть представлен на проверку научному руководителю не позднее 15 дней до официальной даты зачета. Студенты, не имеющие отметку по курсовому проекту с подписью научного руководителя к зачету по учебной дисциплине не допускаются.

Требования к текстовой части проекта

Проект разрабатывается коллективом авторов.

Текст проекта имеет утвержденные структуру (введение, 2 главы, заключение, список литературы, приложения) и объем (до 35 страниц, выполненный с использованием шрифта Times New Roman, межстрочный интервал – 18 пт точно).

Во *Введении* прописываются актуальность темы проекта, цель, задачи, база реализации проекта, перечень методов проектного исследования (с раскрытием их содержания и описанием места в жизненном цикле проекта (этап, стадия применения), а также все функции и объем выполняемого задания по проекту каждого члена команды.

Первая глава (теоретическая) – должна содержать концепцию проекта с освещением оригинальности идеи, рыночной конъюнктуры, перспектив развития выбранного сегмента сферы продюсирования, а также необходимую теоретическую информацию, раскрывающую анализ научных и научно-популярных источников по проблеме проекта с ссылками на список литературы. Здесь размещается анализ законодательной базы Республики Беларусь, регламентирующей как продюсерскую деятельность, так и другие, связанные с проблематикой проекта области.

Вторая глава отражает организационные, творческие, экономические и технологические аспекты разрабатываемого проекта и включает следующие компоненты:

- менеджмент проекта (описание функциональных обязанностей продюсерского центра, организационных и управленческих решений процесса разработки проекта и его последующего внедрения);

- маркетинг проекта (востребованность тематики проекта на белорусском рынке культурных продуктов, предмаркетинговая аналитика, описание целевой аудитории, технологий продвижения проекта и продукта проекта, пр.);

- SWOT-анализ проекта:

- описание типа инвестиций и бизнес-план проекта;

- продюсерский пакет или литературно-сценарная часть (сценарий, детализированный сценарный план, разработка концепции сюжета, производственный цикл создания продукта проекта, т. п.). Структурное и содержательное наполнение данной части может варьироваться в зависимости от типа проекта и сегмента сферы культуры.

Заключение. В данном разделе коротко описываются выводы по каждому из параграфов текста, включая теоретический анализ и практические наработки по проекту, а также формулируются перспективы развития проекта и его системные последствия.

В *Приложении* могут размещаться все дополнительные к основному тексту проекта материалы, включая фотографии, рисунки, таблицы, коллажи и пр.

Учебное издание

**ПРОДЮСЕРСТВО В МУЗЫКАЛЬНОЙ
И АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

*Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности 1-21 04 01
Культурология (по направлениям),
направления специальности 1-21 04 01-02 Культурология
(прикладная), специализации 1-21 04 01-02 01 Менеджмент социальной
и культурной сферы*

Корректор В. Б. Кудласевич
Технический редактор Л. Н. Мельник

Подписано в печать 2015. Формат 60x84 ¹/₁₆.
Бумага офисная. Ризография.
Усл. печ. л. 0,99. Уч.-изд. л. 0,68. Тираж экз. Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение:
УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/177 от 12.02.2014.
ЛП № 02330/456 от 23.01.2014.
Ул. Рабкоровская, 17, 220007, г. Минск.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ