

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный университет искусств»
(ЧОУ ВО «МУИ»)

Основы продюсерского мастерства рабочая программа дисциплины (модуля)

Направление подготовки **53.03.01 Музыкальное искусство эстрады**

Направленность (профиль) **53.03.01 Эстрадно-джазовое пение**

Год начала обучения **2025**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 144

в том числе:

аудиторные занятия 48

самостоятельная работа 92,8

Виды контроля в семестрах:

зачет с оценкой 8

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	8		Итого	
	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические занятия	32	32	32	32
Контроль самостоятельной работы	3	3	3	3
Иная контактная работа	0,2	0,2	0,2	0,2
Итого ауд.	48	48	48	48
Сам. работа	92,8	92,8	92,8	92,8
Итого	144	144	144	144

Рабочая программа составлена:

методист

Иванова С.М.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Основы продюсерского мастерства

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 53.03.01 Музыкальное искусство эстрады (приказ Минобрнауки России от 15.06.2017 г. № 563)

составлена на основании учебного плана по направлению подготовки (специальности) : 53.03.01 Музыкальное искусство эстрады

Утверждено на заседании учебно-методического совета университета 29.07.2024 года протокол №2.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Целью курса является формирование понимания сущности профессиональной деятельности продюсера, ее особенности в различных областях искусства. Определение стратегии социальной адаптации и профессионального определения в условиях формирования навыков профессиональной продюсерской деятельности через соединение теоретического содержания с практической работой, направленной на повышение интеллектуальной и профессиональной компетентности
1.2	Задачами дисциплины является: – раскрытие теоретических основ профессиональной деятельности продюсера; – знакомство с современными требованиями к деятельности продюсера, условиями работы над творческими проектами, созданием фирмы, особенностями маркетинговой, финансовой, управленческой деятельности в сфере музыкальной индустрии; – изучение нормативно-правовой основы деятельности продюсера; – овладение нравственно-этическими основами профессиональной деятельности специалиста, работающего в сфере музыкальной индустрии.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Дискурсивные практики коммуникации
2.1.2	Вокальная импровизация
2.1.3	Музыкальная педагогика и психология
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-2 Способен к организации, контролю и планированию работы структурного подразделения учреждения культуры

ПК-2.4: Способен объединить и направить усилия членов творческой группы в процессе подготовки и реализации их творческого потенциала для создания эстетически целостного художественного аудиовизуального произведения

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	теоретические основы творческо-производственной деятельности продюсера;
3.1.2	организацию производства аудиовизуальной продукции;
3.1.3	порядок заключения и исполнения договоров и контрактов;
3.1.4	представлять себе логику процесса организации и реализации творческого проекта;
3.2	Уметь:
3.2.1	использовать полученные знания по созданию и продвижению творческой программы, музыкального проекта;
3.2.2	организовывать работу съемочной группы по подготовке постановочного музыкального проекта;
3.2.3	производить и внедрять оптимальные методы реализации принятых продюсером творческой концепции и постановочного проекта, его сметной стоимости;
3.3	Владеть:
3.3.1	методами диагностики рынка музыкальной продукции, приемами маркетинговых исследований;
3.3.2	навыками исследования в области музыкальной индустрии;
3.3.3	методами планирования и управления творчески-производственным процессом;
3.3.4	навыками подбора творческого и производственно-технического персонала занятого в создании музыкального проекта;
3.3.5	умением обеспечивать творческий и технологический процессы, оценивать и принимать готовый аудиовизуальный продукт.
3.3.6	навыком организации и проведения рекламных компаний.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
-------------	-------------------------------------------	----------------	-------	-------------	------------	------------

	Раздел 1. Становление и развитие продюсерской деятельности. Музыкальный шоу-бизнес – часть индустрии развлечений. Административная и творческопроизводственная деятельность продюсера.					
1.1	Введение. Продюсер и особенности его деятельности. Составляющие продюсерской деятельности. /Лек/	8	1	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
1.2	Шоу-бизнес. Основные технологии развития шоу-бизнеса /Лек/	8	1	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
1.3	Управленческие качества и деятельность продюсера в проекте. Технологии в продюсировании /Лек/	8	1	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
1.4	Целеполагание в продюсировании. Постановка целей SMART. Музыкальная индустрия и продюсирование /Лек/	8	2	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
1.5	Целеполагание в продюсировании. Постановка целей SMART. Музыкальная индустрия и продюсирование /Пр/	8	4	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
1.6	Бренд как инструмент шоу - бизнеса. Human Branding /Лек/	8	1	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
1.7	Роль рекламы и PR в музыкальном продюсировании /Лек/	8	1	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
1.8	SWOT анализ, как инструмент стратегического планирования. Матрица BCG (Boston Consulting Group) – инструмент стратегического планирования /Лек/	8	2	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
1.9	SWOT анализ, как инструмент стратегического планирования. Матрица BCG (Boston Consulting Group) – инструмент стратегического планирования /Пр/	8	4	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
1.10	Усвоение текущего материала. Углубленное изучение тем, рассматриваемых на лекциях. Подготовка к практическим занятиям. /Ср/	8	40,8	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
1.11	Самостоятельное изучение тем: «Маркетинг в деятельности продюсера. Особенности создания продюсерской команды. Система маркетинговых коммуникаций и их классификация. Схема работы по продвижению культурных услуг.» /Ср/	8	7	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
	Раздел 2. Продюсирование в системе мировых тенденций музыкального менеджмента. Управление проектной деятельностью					

2.1	Eventменеджмент: корпоративы, праздники, презентации, фестивали. Промоушн /Лек/	8	1	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
2.2	Eventменеджмент: корпоративы, праздники, презентации, фестивали. Промоушн /Пр/	8	4	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
2.3	Стратегии продвижения «продукта» на рынок шоу-бизнеса. Бизнеспроекты в шоубизнесе. Компании – продюсеры бизнеспроектов /Лек/	8	1	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
2.4	Стратегии продвижения «продукта» на рынок шоу-бизнеса. Бизнеспроекты в шоубизнесе. Компании – продюсеры бизнеспроектов /Пр/	8	4	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
2.5	Ведение переговоров при продюсировании бизнес-проектов /Лек/	8	1	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
2.6	Ведение переговоров при продюсировании бизнес-проектов /Пр/	8	4	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
2.7	Целеполагание в постановке шоупрограмм. Технологии организации шоупрограмм. Маркетинг /Лек/	8	1	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
2.8	Целеполагание в постановке шоупрограмм. Технологии организации шоупрограмм. Маркетинг /Пр/	8	4	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
2.9	Презентация проекта /Лек/	8	1	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
2.10	Презентация проекта /Пр/	8	3	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
2.11	Продюсирование в условиях конкуренции шоу – проектов. Конфликты в шоу -проектах и пути их преодоления /Лек/	8	2	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
2.12	Продюсирование в условиях конкуренции шоу – проектов. Конфликты в шоу -проектах и пути их преодоления /Пр/	8	4	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
2.13	Усвоение текущего материала. Углубленное изучение тем, рассматриваемых на лекциях. Подготовка к практическим занятиям. Работа над рефератом /Ср/	8	45	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
	Раздел 3. Подготовка и сдача промежуточной аттестации					

3.1	Контроль самостоятельной работы /КСР/	8	3	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9
3.2	Зачет с оценкой /ИКР/	8	0,2	ПК-2 ПК-2.4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9

**5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА)
для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы для промежуточной аттестации:

1. Понятия «продюсер» и «продюсерское мастерство».
2. Основные функции продюсерской деятельности.
3. Личностные качества продюсера.
4. Сущность и цели продюсирования. Его преимущества и недостатки.
5. Маркетинг в деятельности продюсера.
6. Особенности создания продюсерской команды.
7. Система маркетинговых коммуникаций и их классификация.
8. Схема работы по продвижению культурных услуг.
9. Продюсирование как вид предпринимательской деятельности.
10. Основные технологии продюсерской деятельности.
11. Продюсерский центр.
12. Шоу-бизнес как «индустрия развлечений».
13. Структура коммерческой деятельности в сфере шоу-бизнеса.
14. Понятие «художественно-творческая продукция».
15. Продюсер и его должностные обязанности.
16. Понятие и сущность «event».
17. Виды и формы праздничных мероприятий.
18. Классификация культурно-досуговых программ.
19. Алгоритм работы по конструированию мероприятий.
20. Конструктор мероприятий.
21. Особенности составление пресс-релизов
22. Перформанс
23. Основные элементы праздничного мероприятия.
24. Заказчик и его требования.
25. Корпоративная культура.
26. Фестивальный менеджмент. Акции и презентации.
27. Особенности организации праздников и корпоративных мероприятий. Создание и реализация проекта.
28. Нормативно-правовые основы современного продюсера.
29. Подготовка кадров в арт-индустрии. Проблемы подготовки кадров в сфере артиндустрии.
30. Менеджмент в деятельности продюсера.
31. Экономические и правовые условия продюсерской деятельности.
32. Особенности работы продюсера с заказчиком.
33. Анализ PR-кампании конкретного проекта.
34. В чем различие между конечными целями продюсера и заказчика?
35. «Социальный заказ», режиссерский замысел и сценарий будущей постановки как основа организации и планирования работы режиссерско-постановочной группы.
36. Смета и бизнес-план работ по подготовке и проведению музыкального представления.
37. Коммерческая деятельность продюсера, ее правовые основы.
38. Возмещение постановочных затрат культурно-досуговых программ.
39. Особенности российского шоу-бизнеса
40. Роль информации в шоу-бизнесе
41. Особенности PR в шоу-бизнесе
42. Основные PR-методы в шоу-бизнесе
43. ТВ как метод PR в сфере шоу-бизнеса
44. Метод организации турне и концертов
45. Работа с прессой как PR-метод
46. Бренд-билдинг
47. Фандрайзинг как способ финансирования проекта
48. Формы оплаты участников шоу-проекта
49. Роль кастинга в успехе шоу-проекта (на примере одного проекта)
50. Интернет-коммуникации

5.2. Темы письменных работ

Примерные темы рефератов:

1. Роли PR-средств в продюсировании музыкальных коллективов
2. Разработка стратегии продюсирования на примере группы «XXX»
3. «Раскрутка» как основное понятие продюсирования
4. Роль рекламы и PR в музыкальном продюсировании
5. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности продюсера
6. Маркетинговая среда организаций искусства
7. Условия эффективного использования маркетинга в сфере искусства.
8. Стратегии маркетинга в сфере арт-индустрии
9. Механизмы финансирования в культурной сфере
10. Технологические механизмы организации шоу программ для зрительской аудитории
11. Особенности организации шоу программ на региональном уровне
12. Проектный менеджмент в сфере арт-индустрии
13. Управленческие роли продюсера
14. Становление и развитие продюсерской мастерства в России

5.3. Оценочные материалы (оценочные средства)

Комплект оценочных материалов (оценочных средств) по дисциплине прилагается.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Вопросы для промежуточной аттестации, темы рефератов

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Количество
Л1.1	Бронникова Т.С.	Разработка бизнес-плана проекта: учебное пособие для бакалавров вузов	Москва:Альфа-М: ИНФРА-М, 2014	ЭБС
Л1.2	Жарков А.Д.	Продюсирование и постановка шоу-программ: учебник	Москва: МГУКИ, 2009	ЭБС
Л1.3	Кирякова А.Ю.	Продюсерский проект: участники и партнеры. Диалоги об искусстве: материалы III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием: в 2 частях	Пермь, 2014	ЭБС

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Количество
Л2.1	Готовцев Л.И.	Правда о шоу-бизнесе	М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2004.	ЭБС
Л2.2	Апфельбаум, С	Связи с общественностью в сфере исполнительного искусства	М. : Классика-XXI, 2003	ЭБС
Л2.3	Корнеева, С. М.	Как зажигают звезды: Технологии музыкального продюсирования	СПб. : Питер, 2004.	ЭБС

6.1.3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Количество
Л3.1		Методические рекомендации по изучению дисциплины «Основы продюсерского мастерства»	Череповец: МУИ, 2024	ЭБС

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Портал "Погружение в классику". Раздел "Литература по анализу музыкальных произведений" http://intoclassics.net/news/2016-11-20-41690
Э2	Многофункциональная система «Информо» (http://www.informio.ru);
Э3	Книжный дом университета «Book on Lime» (https://biokonlime.ru);
Э4	www.notarhiv.ru Проект «Нотный архив России»
Э5	http://www.iprbookshop.ru/ Электронно-библиотечная система ЭБСИРbooks
Э6	http://cyberleninka.ru Научная электронная библиотека открытого доступа «КиберЛенинка»
Э7	http://imslp.org Международный проект «Библиотека музыкальных партитур»
Э8	http://classic-musicvideo.com Классическое видео – музыка для всех
Э9	http://classic-online.ru/ Классическая музыка онлайн

6.3 Перечень информационных технологий

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Microsoft DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E
---------	---------------------------------------

6.3.2 Перечень информационных справочных систем, профессиональные базы данных

6.3.2.1	ЭБС "Лань"
6.3.2.2	ЭБС «Университетская библиотека on-line»
6.3.2.3	ЭБС «IPRbooks»

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех занятий по дисциплине, предусмотренных учебным планом и содержанием РПД. Помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения согласно требованиям ФГОС, в т.ч.:

- | | |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7.1 | стулья, столы, колонки звуковые, электропианино, микшерный пульт, база с микрофоном, пропитр, стойка для микрофона, в помещении для самостоятельной работы студентов – ПК с выходом в интернет |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические рекомендации прилагаются к РПД