

Кафедра рекламы и связей с общественностью

Рабочая программа дисциплины

Продюсирование в шоу-бизнесе

| | |
|---------------------------------|-----------------------------|
| <i>Направление подготовки</i> | Менеджмент |
| <i>Код</i> | 38.03.02 |
| <i>Направленность (профиль)</i> | Менеджмент в сфере культуры |
| <i>Квалификация выпускника</i> | Бакалавр |

Москва
2017 г.

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

| Компетенция | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|--|--|
| <p>ПК-7 владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ</p> | <p>Знать: - методический инструментарий реализации управленческих решений в области проектного менеджмента;</p> <p>Уметь: - координировать деятельность участников проектной группы;</p> <p>Владеть: - навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов в ходе управления проектами.</p> |
| <p>ПК-17 - способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели</p> | <p>Знать: - информационную базу исходных данных, необходимых для расчета, анализа и оценки коммуникативных показателей деятельности организаций в области рекламы; - методологические основы анализа коммуникационных показателей, характеризующих эффективность рекламной деятельности;</p> <p>- приемы выявления и оценки резервов в процессе создания рекламных продуктов;</p> <p>Уметь: - использовать основы экономических, коммуникативных и психологических знаний в сфере рекламной деятельности; - определять экономические, коммуникативные и психологические результаты рекламной деятельности организации, его финансовое состояние и тенденцию его развития;</p> <p>Владеть: - способностью строить по результатам выполненных аналитических исследований обобщения и выводы, принимать на их основе обоснованные управленческие решения, направленные на повышение эффективности деятельности организации (предприятия); - навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</p> |

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина является дисциплиной по выбору вариативной части учебного плана ОПОП.

Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как: «Введение в арт-менеджмент», «История управленческой мысли», «Социальная психология», «Экономика», «Методы принятия управленческих решений».

Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

В частности, выпускник, освоивший программу бакалавриата, в соответствии с выбранными видами деятельности, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

организационно-управленческая деятельность:

участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);

участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;

планирование деятельности организации и подразделений;

формирование организационной и управленческой структуры организаций;

организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;

разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);

контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;

мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;

участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы);

информационно-аналитическая деятельность:

сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;

построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;

создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;

разработка и поддержка функционирования системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;

разработка системы внутреннего документооборота организации;

оценка эффективности проектов;

подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;

оценка эффективности управленческих решений;

предпринимательская деятельность:

разработка и реализация бизнес-планов создания нового бизнеса;

организация и ведение предпринимательской деятельности.

3. Объем дисциплины

| Виды учебной работы | Формы обучения | | |
|--|-----------------------|---------------------|----------------|
| | Очная | Очно-заочная | Заочная |
| Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы | 2/72 | 2/72 | 2/72 |

| | | | | |
|-------------------------------------|--|------|------|----|
| Контактная работа: | | | | |
| | Занятия лекционного типа | 18 | 8 | 4 |
| | Занятия семинарского типа | 16 | 12 | 8 |
| | Промежуточная аттестация: Зачет / зачет с оценкой / экзамен / | 0,1 | 0,1 | 4 |
| Самостоятельная работа (СРС) | | 37,9 | 51,9 | 56 |

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

4.1.1 Очная форма обучения

| № п/п | Раздел/тема | Виды учебной работы (в часах) | | | | | | Самостоятельная работа |
|-------|--|-------------------------------|----------------------|---------------------------|----------|-------------------|--------------|------------------------|
| | | Контактная работа | | | | | | |
| | | Занятия лекционного типа | | Занятия семинарского типа | | | | |
| | | Лекции | Иные учебные занятия | Практические занятия | Семинары | Лабораторные раб. | Иные занятия | |
| 1. | Историко-культурные предпосылки возникновения отечественного шоу-бизнеса | 2 | | | 2 | | | 2 |
| 2. | Становление шоу-бизнеса в России: современные тенденции. | 2 | | | 2 | | | 4 |
| 3. | Российский шоу бизнес: структура и управление. | 2 | | | 2 | | | 4 |
| 4. | Функционирование шоу бизнеса. | 2 | | | 2 | | | 6 |
| 5. | Корпоративная культура как методологическая основа шоу-бизнеса. | 2 | | | 2 | | | 4 |
| 6. | Сущность продюсерской деятельности в отечественном шоу-бизнесе | 2 | | | 2 | | | 4 |
| 7. | Целеполагание в постановке программ | 2 | | | 2 | | | 4 |

| | | | | | | | | |
|----|---|-----|--|--|---|--|--|-----|
| | учреждениях культуры | | | | | | | |
| 8. | Шоу-программа ведущий структурный элемент в шоу-бизнесе | 2 | | | 1 | | | 5 |
| 9. | Типология шоу-программ в российском шоу-бизнесе | 2 | | | 1 | | | 4,9 |
| | Промежуточная аттестация | 0,1 | | | | | | |
| | Итого: | 72 | | | | | | |

4.1.2 Очно-заочная форма обучения

| № п/п | Раздел/тема | Виды учебной работы (в часах) | | | | | | Самостоятельная работа |
|-------|--|-------------------------------|----------------------|---------------------------|----------|-------------------|--------------|------------------------|
| | | Контактная работа | | | | | | |
| | | Занятия лекционного типа | | Занятия семинарского типа | | | | |
| | | Лекции | Иные учебные занятия | Практические занятия | Семинары | Лабораторные раб. | Иные занятия | |
| 1. | Историко-культурные предпосылки возникновения отечественного шоу-бизнеса | 1 | | | 1 | | | 5 |
| 2. | Становление шоу-бизнеса в России: современные тенденции. | 1 | | | 1 | | | 5 |
| 3. | Российский шоу бизнес: структура и управление. | 1 | | | 1 | | | 5 |
| 4. | Функционирование шоу бизнеса. | 1 | | | 1 | | | 5 |
| 5. | Корпоративная культура как методологическая основа шоу-бизнеса. | 1 | | | 2 | | | 6 |
| 6. | Сущность продюсерской деятельности в отечественном шоу-бизнесе | 1 | | | 2 | | | 6 |
| 7. | Целеполагание в | 1 | | | 2 | | | 6 |

| | | | | | | | | |
|----|---|-----|--|--|---|--|--|-----|
| | постановке программ в учреждениях культуры | | | | | | | |
| 8. | Шоу-программа ведущий структурный элемент в шоу-бизнесе | 1 | | | 1 | | | 6 |
| 9. | Типология шоу-программ в российском шоу-бизнесе | | | | 1 | | | 7,9 |
| | Промежуточная аттестация | 0,1 | | | | | | |
| | Итого: | 72 | | | | | | |

4.1.3 Заочная форма обучения

| № п/п | Раздел/тема | Виды учебной работы (в часах) | | | | | | Самостоятельная работа |
|-------|--|-------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------|--------------------------|---------------------|------------------------|
| | | Контактная работа | | | | | | |
| | | Занятия лекционного типа | | Занятия семинарского типа | | | | |
| | | <i>Лекции</i> | <i>Иные учебные занятия</i> | <i>Практические занятия</i> | <i>Семинары</i> | <i>Лабораторные раб.</i> | <i>Иные занятия</i> | |
| 1. | Историко-культурные предпосылки возникновения отечественного шоу-бизнеса | 1 | | | 1 | | | 5 |
| 2. | Становление шоу-бизнеса в России: современные тенденции. | | | | 1 | | | 5 |
| 3. | Российский шоу бизнес: структура и управление. | 1 | | | 1 | | | 5 |
| 4. | Функционирование шоу бизнеса. | 1 | | | 1 | | | 7 |
| 5. | Корпоративная культура как методологическая основа шоу-бизнеса. | | | | 1 | | | 7 |
| 6. | Сущность продюсерской деятельности в отечественном шоу-бизнесе | 1 | | | 1 | | | 7 |

| | | | | | | | | | |
|----|---|---|--|--|--|----|--|--|-----|
| 7. | Целеполагание в постановке программ учреждений культуры | в | | | | 1 | | | 7 |
| 8. | Шоу-программа ведущий структурный элемент в шоу-бизнесе | | | | | 1 | | | 7 |
| 9. | Типология шоу-программ в российском шоу-бизнесе | | | | | | | | 7,9 |
| | Промежуточная аттестация | | | | | 4 | | | |
| | Итого: | | | | | 72 | | | |

4.2 Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

4.2.1 Содержание лекционных занятий

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины | Содержание лекционного занятия |
|-------|--|--|
| 1. | Историко-культурные предпосылки возникновения отечественного шоу-бизнеса | Шоу-бизнес. Сфера деятельности – экономическая, социально-культурная. Продюсер-постановщик, руководитель, шоу-программ: театрализация, концерты, фестивали, конкурсы, клубные вечера, показы мод, выпуск компакт-дисков, компакт-касеты, развлекательно-игровые программы, теле-радио программы, техническое оборудование для концертно-зрелищных программ. Основные направления деятельности продюсера-постановщика: поиск новых форм, разработка коммерческой стратегии, продвижение созданной творческой продукции, организация творческого процесса исполнителей, проведение концертно-гастрольной работы. |
| 2. | Становление шоу-бизнеса в России: современные тенденции. | Русский шоу-бизнес. Шоу-бизнес, как сфера массового потребителя. Продукты шоу-бизнеса. Шоу, как комплекс художественно-зрелищных действий. Основные формы шоу-бизнеса: шоу-программа, шоу-театр. Становление шоу-бизнеса в России. Сфера шоу-бизнеса в России. Зарождение профессии продюсера. Государственное регулирование культуры и продюсерской деятельности. |
| 3. | Российский шоу бизнес: структура и управление. | Шоу-бизнес, как коммерческая деятельность в сфере развлекательных зрелищ. Виды шоу-бизнеса. Крупные медиа-компании. Структура управление |

| | | |
|----|---|--|
| | | фирмы. Менеджмент – семь основных функций. Финансовый блок, организационно-правовой блок, творческо-управленческий блок и пиар-блок. . |
| 4. | Функционирование шоу бизнеса. | Структура шоу-бизнеса: Телевидение: - Кино; - Развлекательные программы; - Музыкальные программы; - Научно-фантастические программы и тд. - Театр; - Концерты; - Радио. - Новые виды шоу бизнеса. |
| 5. | Корпоративная культура как методологическая основа шоу-бизнеса. | Создание и производство видеоклипов и видеоджинглов с участием эстрадно-концертного исполнителя. Организация и проведение пресс-конференций, презентаций. Привлечение к информационно-рекламной работе теле- и радиокompаний, прессы. |
| 6. | Сущность продюсерской деятельности в отечественном шоу-бизнесе | Понятие «продюсирование как профессиональная деятельность». Продюсирование как самостоятельная профессия широкого профиля. |
| 7. | Целеполагание в постановке программ в учреждениях культуры | Маркетинговые цели (выявление интересов и потребностей зрительской аудитории) и планирование деятельности на основе этих данных. получение максимальной прибыли посредством предпринимательской деятельности, осуществляемой предприятием. Расширение рынка творческих проектов и услуг. |
| 8. | Шоу-программа ведущий структурный элемент в шоу-бизнесе | Методы обеспечения управления и реализации в организации программы. Развитие всех форм и методов шоу-программ. Структура программ: замысел, композиция, темпоритм, форма, этапы работы по реализации программы. Структура шоу-бизнеса, как разветвлённая система организации рыночных отношений в искусстве. |
| 9. | Типология шоу-программ в российском шоу-бизнесе | Возрождение клоунады на уличных подмостках. Салоны, кружки, клубы, балаганы, кабаре, театральные миниатюры, мюзик-холл, кафешантан, сатира, буффонада, гротеск, задушевная лирика. Шоу-программы: капустники, кино, концерты, средства экранных искусств. |

4.2.2 Содержание практических занятий

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины | Содержание практического занятия |
|-------|---|---|
| 1. | Историко-культурные предпосылки возникновения | 1. Шоу-бизнес, как искусство многоплановое и многожанровое. Этническое исследование. Скоморохи основатели продюсерской профессии. |

| | | |
|----|--|---|
| | отечественного шоу-бизнеса | Железнодорожный вокзал, как первая концертная площадка. Возникновение эстрадных театров. 2. История формирования зарубежного шоу-бизнеса. Начало продюсерства в России (до 1918 года). 3. Задачи продюсерских компаний. Работа над созданием эстрадно-концертного проекта. Области применения и проблемное поле эстрадно-концертных программ. 4. Мировоззренческая и технологическая составляющая эстрадно-концертной деятельности. Уровни эстрадно-концертной деятельности. |
| 2. | Становление шоу-бизнеса в России: современные тенденции. | 1. Истоки эстрадных жанров в России. 2. История российской эстрады до 1917 г. 3. История советской эстрады. Появление вокальных самодеятельных коллективов в 60-е г. XX века в России. 4. Всесоюзные и всероссийские конкурсы артистов эстрады. 5. Истоки и история эстрадных жанров за рубежом. |
| 3. | Российский шоу бизнес: структура и управление. | 1. Тенденции увеличения конкуренции в сфере шоу-бизнеса. 2. Значение системы взаимоотношений с потребителями, степени удовлетворения их потребностей. 3. Менеджмент и Маркетинг шоу-бизнеса как концепции управления, и инструменты воздействия. 4. Учет этапов продвижения продукции на рынке услуг и циклов функционирования проекта. 5. Формы объединения предпринимательских организаций и их особенности. 6. Основные источники финансирования проектов. 7. Государственное управление в сфере культуры. 8. Структура, организация работы и основные составляющие индустрии отечественного шоу-бизнеса. |
| 4. | Функционирование шоу бизнеса. | 1. Функционирование шоу-бизнеса на внутреннем и на внешнем рынке. 2. Приобретения продукции зарубежных производителей (световое, звуковое оборудование, аудио-видео техника, организация гастролей зарубежных звезд). 3. Размещение заказов зарубежных производителей, тиражирование аудио-видео носителей, полиграфия, печать рекламы газетно-печатных изданий. 4. Приобретение прав на торговлю продукцией западных производителей. 5. Внедрение через зарубежные ренды отечественных исполнителей, проведение международных фестивалей, выставок, концертов. |

| | | |
|----|---|---|
| | | 6. Учет внешнеэкономических отношений нашей страны с др. государствами, а так же культурного, экономического, политического, законодательного, технологического уровня развития нашей страны и нашего производства. |
| 5. | Корпоративная культура как методологическая основа шоу-бизнеса. | 1. Взаимодействие информационных спонсоров и производителя продукта в сфере культуры. 2. Условия информационной поддержки. 3. Информационное обеспечение продюсерского проекта. |
| 6. | Сущность продюсерской деятельности в отечественном шоу-бизнесе | 1. Творческий портрет и анализ профессиональной деятельности выдающихся продюсеров. 2. Известные российские продюсеры в эстрадно-концертной деятельности. |
| 7. | Целеполагание в постановке программ в учреждениях культуры | 1. Расширение рынка творческих проектов и услуг. 2. Цель предпринимательской деятельности в шоу-бизнесе - производство и реализация товара, имеющий спрос на рынке и приносящий прибыль. |
| 8. | Шоу-программа ведущих структурный элемент в шоу-бизнесе | 1. Реклама в современном бизнесе. Качество постановки программ. 2. Финансирование программ. 3. Пакет режиссёрской документации. 4. Технологический процесс подготовки массовых форм шоу-программ. 5. Методика подготовки массовых форм. 6. Методики проведения шоу-программ. 7. Технологии групповых форм шоу-программ. |
| 9. | Типология шоу-программ в российском шоу-бизнесе | 1. Шоу-программы: капустники, кино, концерты, средства экранных искусств. 2. Формы шоу-программ: шоу, реалити-шоу, ток-шоу, шоу-программы. 3. Варьете, русский и «шантан», кабаре, перформанс, танцевальные жанры, боди-арт. |

4.2.3. Содержание самостоятельной работы

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины | Содержание самостоятельной работы |
|-------|--|---|
| 1. | Историко-культурные предпосылки возникновения отечественного шоу-бизнеса | Шоу-бизнес. Сфера деятельности – экономическая, социально-культурная. Продюсер-постановщик, руководитель, шоу-программ: театрализация, концерты, фестивали, конкурсы, клубные вечера, показы мод, выпуск компакт-дисков, компакт-кассеты, развлекательно-игровые программы, теле-радио программы, техническое оборудование для концертно-зрелищных программ. Основные |

| | | |
|----|---|---|
| | | направления деятельности продюсера-постановщика: поиск новых форм, разработка коммерческой стратегии, продвижение созданной творческой продукции, организация творческого процесса исполнителей, проведение концертно-гастрольной работы. |
| 2. | Становление шоу-бизнеса в России: современные тенденции. | Русский шоу-бизнес. Шоу-бизнес, как сфера массового потребителя. Продукты шоу-бизнеса. Шоу, как комплекс художественно-зрелищных действий. Основные формы шоу-бизнеса: шоу-программа, шоу-театр. Становление шоу-бизнеса в России. Сфера шоу-бизнеса в России. Зарождение профессии продюсера. Государственное регулирование культуры и продюсерской деятельности. |
| 3. | Российский шоу бизнес: структура и управление. | Шоу-бизнес, как коммерческая деятельность в сфере развлекательных зрелищ. Виды шоу-бизнеса. Крупные медиа-компании. Структура управление фирмы. Менеджмент – семь основных функций. Финансовый блок, организационно-правовой блок, творческо-управленческий блок и пиар-блок. |
| 4. | Функционирование шоу бизнеса. | Структура шоу-бизнеса: Телевидение: - Кино; - Развлекательные программы; - Музыкальные программы; - Научно-фантастические программы и тд. - Театр; - Концерты; - Радио. - Новые виды шоу бизнеса. |
| 5. | Корпоративная культура как методологическая основа шоу-бизнеса. | Создание и производство видеоклипов и видеоджинглов с участием эстрадно-концертного исполнителя. Организация и проведение пресс-конференций, презентаций. Привлечение к информационно-рекламной работе теле- и радиокompаний, прессы. |
| 6. | Сущность продюсерской деятельности в отечественном шоу-бизнесе | Понятие «продюсирование как профессиональная деятельность». Продюсирование как самостоятельная профессия широкого профиля. |
| 7. | Целеполагание в постановке программ в учреждениях культуры | Маркетинговые цели (выявление интересов и потребностей зрительской аудитории) и планирование деятельности на основе этих данных. получение максимальной прибыли посредством |

| | | |
|----|---|--|
| | | предпринимательской деятельности, осуществляемой предприятием. Расширение рынка творческих проектов и услуг. |
| 8. | Шоу-программа ведущий структурный элемент в шоу-бизнесе | Методы обеспечения управления и реализации в организации программы. Развитие всех форм и методов шоу-программ. Структура программ: замысел, композиция, темпоритм, форма, этапы работы по реализации программы. Структура шоу-бизнеса, как разветвлённая система организации рыночных отношений в искусстве. |
| 9. | Типология шоу-программ в российском шоу-бизнесе | Возрождение клоунады на уличных подмостках. Салоны, кружки, клубы, балаганы, кабаре, театральные миниатюры, мюзик-холл, кафешантан, сатира, буффонада, гротеск, душевная лирика. Шоу-программы: капустники, кино, концерты, средства экранных искусств. |

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Предусмотрены следующие виды контроля качества освоения конкретной дисциплины:

- текущий контроль успеваемости
- промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен в **ПРИЛОЖЕНИИ** к РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины в процессе обучения.

5.1 Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей аттестации по дисциплине (модулю)

| № п/п | Контролируемые разделы (темы) | Код контролируемой компетенции | Наименование оценочного средства |
|--------------|--|---------------------------------------|---|
| 1. | Предпосылки возникновения отечественного шоу-бизнеса | ПК-7 | Опрос, информационный проект |
| 2. | Становление шоу-бизнеса в России: современные тенденции. | ПК-7 | Опрос, информационный проект |
| 3. | Российский шоу бизнес: структура и управление. | ПК-7 | Опрос, задание к интерактивному занятию |
| 4. | Функционирование шоу бизнеса. | ПК-7 | Опрос, информационный проект |
| 5. | Корпоративная | ПК-7 | Опрос, информационный проект |

| | | | |
|----|--|-------|------------------------------|
| | культура как методологическая основа шоу-бизнеса. | | |
| 6. | Сущность продюсерской деятельности в отечественном шоу-бизнесе | ПК-17 | Опрос, информационный проект |
| 7. | Целеполагание в постановке программ в учреждениях культуры | ПК-17 | Опрос, информационный проект |
| 8. | Шоу-программа ведущий структурный элемент в шоу-бизнесе | ПК-17 | Опрос, информационный проект |
| 9. | Типология шоу-программ в российском шоу-бизнесе | ПК-17 | Опрос, информационный проект |

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля.

Типовые вопросы

1. Предпосылки возникновения отечественного шоу-бизнеса
2. Становление шоу-бизнеса в России: современные тенденции.
3. Российский шоу бизнес: структура и управление.
4. Функционирование шоу бизнеса.
5. Корпоративная культура как методологическая основа шоу-бизнеса.
6. Сущность продюсерской деятельности в отечественном шоу-бизнесе
7. Целеполагание в постановке программ в учреждениях культуры
8. Шоу-программа ведущий структурный элемент в шоу-бизнесе
9. Типология шоу-программ в российском шоу-бизнесе

Задание к интерактивному занятию

Деловая игра «Продюсерского центра».

Цель игры: Освоение методики планирования продюсирования в шоу-бизнесе.

Имитируются условия и задачи работы продюсерского центра. Подготовка, обоснование, разработка и реализация плана продюсирования медийной личности (политического деятеля, артиста, спортсмена и др.) проводится каждой из подгрупп в диалоговом режиме и носит соревновательный характер.

Темы информационных проектов

Подготовка информационных проектов по темам:

1. Принципы выбора медиа и их значение для различных товаров.
2. Основные подходы к формированию программ продвижения.
3. Понятие «интегрированные маркетинговые коммуникации» (ИМК), особенности их разработки и использования.
4. История отечественного и зарубежного шоу-бизнеса.
5. Основы предпринимательской деятельности в шоу-бизнесе.
6. Материально-техническое обеспечение производства продукта в шоу-бизнесе.
7. Управление проектами в шоу-бизнесе и стратегия продвижения продукта.
8. Финансовый менеджмент в шоу-бизнесе.
9. Нормативно-правовые основы предпринимательской деятельности в шоу-бизнесе.
10. Специфика музыкального искусства как сферы управленческой деятельности.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Все задания, используемые для текущего контроля формирования компетенций условно можно разделить на две группы:

1. задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения на занятиях (например, дискуссия, круглый стол, диспут, мини-конференция);
2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, проблемно-аналитические задания, тест).

Выполнение всех заданий является необходимым для формирования и контроля знаний, умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета (экзамена). Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

1)Требование к теоретическому устному ответу

Оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных понятий и категорий по дисциплине. Кроме того, оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение использовать в ответе практический материал. Оценивается культура речи, владение навыками ораторского искусства.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала, использование профессиональных терминов, культура речи, навыки ораторского искусства. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда материал излагается исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно, при этом раскрываются не только основные понятия, но и анализируются точки зрения различных авторов. Обучающийся не затрудняется с ответом, соблюдает культуру речи.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но при ответе на вопрос допускает

несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

2) Творческие задания

Эссе – это небольшая по объему письменная работа, сочетающая свободные, субъективные рассуждения по определенной теме с элементами научного анализа. Текст должен быть легко читаем, но необходимо избегать нарочито разговорного стиля, сленга, шаблонных фраз. Объем эссе составляет примерно 2 – 2,5 стр. 12 шрифтом с одинарным интервалом (без учета титульного листа).

Критерии оценивания - оценка учитывает соблюдение жанровой специфики эссе, наличие логической структуры построения текста, наличие авторской позиции, ее научность и связь с современным пониманием вопроса, адекватность аргументов, стиль изложения, оформление работы. Следует помнить, что прямое заимствование (без оформления цитат) текста из Интернета или электронной библиотеки недопустимо.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; адекватность аргументов при обосновании личной позиции, стиль изложения.

Оценка «хорошо» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); но не прослеживается наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; не достаточно аргументов при обосновании личной позиции

Оценка «удовлетворительно» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение). Но не прослеживаются четкие выводы, нарушается стиль изложения

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если не выполнены никакие требования

3) Информационный проект (презентация)

Информационный проект – проект, направленный на стимулирование учебно-познавательной деятельности студента с выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации об объекте, оформление ее для презентации). Итоговым продуктом проекта может быть письменный реферат, электронный реферат с иллюстрациями, слайд-шоу, мини-фильм, презентация и т.д.

Информационный проект отличается от исследовательского проекта, поскольку представляет собой такую форму учебно-познавательной деятельности, которая отличается ярко выраженной эвристической направленностью.

Критерии оценивания - при выставлении оценки учитывается самостоятельный поиск, отбор и систематизация информации, раскрытие вопроса (проблемы), ознакомление студенческой аудитории с этой информацией (представление информации), ее анализ и обобщение, оформление, полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся полностью раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно,

логично, взаимосвязано, использует более 5 профессиональных терминов, широко использует информационные технологии, ошибки в информации отсутствуют, дает полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 2 профессиональных терминов, достаточно использует информационные технологии, допускает не более 2 ошибок в изложении материала, дает полные или частично полные ответы на вопросы аудитории.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, раскрывает вопрос (проблему) не полностью, представляет информацию не систематизировано и не совсем последовательно, использует 1-2 профессиональных термина, использует информационные технологии, допускает 3-4 ошибки в изложении материала, отвечает только на элементарные вопросы аудитории без пояснений.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если вопрос не раскрыт, представленная информация логически не связана, не используются профессиональные термины, допускает более 4 ошибок в изложении материала, не отвечает на вопросы аудитории.

4) Тестирование

Является одним из средств контроля знаний обучающихся по дисциплине.

Критерии оценивания – правильный ответ на вопрос

Оценка «отлично» ставится в случае, если правильно выполнено 90-100% заданий

Оценка «хорошо» ставится, если правильно выполнено 70-89% заданий

Оценка «удовлетворительно» ставится в случае, если правильно выполнено 50-69% заданий

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если правильно выполнено менее 50% заданий

5) Требование к письменному опросу (контрольной работе)

Оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение изложить письменно.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда соблюдены все критерии.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1 Основная литература:

1. Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А. Г. Киселёв. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 431 с. — ISBN 978-5-238-01742-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81693.html>
2. Управление маркетинговыми коммуникациями : учебно-методическое пособие (для студентов III курса факультета международного бизнеса, обучающихся по направлениям подготовки «Менеджмент», профили «Маркетинг», «Международный менеджмент», «Реклама и связи с общественностью») / составители Н. В. Катунина. — Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2016. — 98 с. — ISBN 978-5-7779-1980-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/59666.html>
3. Фоменко, Н. К. Технологии ведения культурно-досуговых программ. Часть 1. Конференс и конференсье : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», профиль «Постановка и продюсирование культурно-досуговых программ» / Н. К. Фоменко. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2016. — 167 с. — ISBN 978-5-8154-0363-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/66370.html>

6.2 Дополнительная литература:

4. Марусева, И. В. Творческая реклама. Приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) : монография / И. В. Марусева. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 304 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/38999.html>
5. Имиджелогия : конспект лекций для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», профиль «Постановка и продюсирование культурно-досуговых программ», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / составители С. В. Андреева. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2017. — 72 с. — ISBN 978-5-8154-0400-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/76333.html>.
6. Ушакова, Н. В. Имиджелогия (3-е издание) : учебное пособие для бакалавров / Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 264 с. — ISBN 978-5-394-01942-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/57073.html>
7. Ахметгалева, З. М. Психология : практикум, для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 (071800.62) «Социально-культурная деятельность», профили подготовки: «Менеджмент детско-юношеского досуга», «Менеджмент социально-культурной деятельности», «Социально-культурные технологии в индустрии досуга», «Постановка и продюсирование культурно-досуговых программ», «Социально-культурная анимация и рекреация», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / З. М. Ахметгалева. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2015. — 120 с. — ISBN 978-5-8154-0308-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/55807.html>

6.3 Периодические издания

Вестник Казахского университета экономики, финансов и международной торговли. ISSN: 2301-7216. <http://www.iprbookshop.ru/50394.html>

Вестник Российского нового университета. Серия Экономика и управление. ISSN:1998-4618. <http://www.iprbookshop.ru/26393.html>

Вестник Московского городского педагогического университета. Серия

Экономика. ISSN:2312-6647. <http://www.iprbookshop.ru/27538.html>

Евразийская интеграция: экономика, право, политика. ISSN: 2073-2929. <http://www.iprbookshop.ru/87284.html>.

Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 5. Юриспруденция. ISSN:2078-8495. <http://www.iprbookshop.ru/7276.html>

Вопросы современной юриспруденции. ISSN:2309-3536. <http://www.iprbookshop.ru/48791.html>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Официальный интернет-портал правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Министерство финансов Российской Федерации (<http://minfin.rinet.ru/>)
3. Федеральная налоговая служба (<http://www.nalog.ru>)
4. Федеральная таможенная служба (www.customs.ru)
5. Министерство экономического развития Российской Федерации (www.economy.gov.ru)
6. Банк России (<http://www.cbr.ru/>)
7. Российская государственная библиотека (<http://www.rsl.ru/>)
8. Министерство культуры <http://www.mkrf.ru/>
9. Правовой портал в сфере культуры <http://pravo.roskultura.ru/>
10. Департамент культуры г. Москвы <http://kultura.mos.ru/>
11. Официальный сайт Комитета общественных связей города Москвы <http://www.kosmoskva.ru>
12. Автономная некоммерческая организация Национальный информационно-библиотечный центр ЛИБНЕТ www.nilc.ru
13. Автономная некоммерческая организация Российская сеть культурного наследия <http://www.rchn.org.ru>
14. Ассоциация музеев России <http://www.amr-museum.ru>
15. Культурно-исторический фонд «Связь времен» <http://www.danilovbells.ru/fund/>
16. Портал «Культура России» <http://www.russianculture.ru/>
17. Проект «Музеи России» <http://www.museum.ru/>
18. Проект ARTinvestment.RU: Инвестиции в искусство. Сайт, посвященный рынку русского искусства <http://artinvestment.ru>
19. Российская библиотечная ассоциация <http://www.rba.ru>
20. Фонд «Русский мир»: информационный портал <http://www.russkiymir.ru>

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

1. работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
 2. внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
 3. выполнение самостоятельных практических работ;
 4. подготовка к зачету непосредственно перед ним.
- Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения

разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи зачета рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к зачету должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до зачета.
3. Время непосредственно перед зачетом лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

Зачет получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Терминальный сервер, предоставляющий к нему доступ клиентам на базе Windows Server 2016
2. Семейство ОС Microsoft Windows
3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом
4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (Информационный комплекс)
5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (ЭПС «Система ГАРАНТ»)
6. Антивирусная система NOD 32
7. Adobe Reader. Лицензия проприетарная свободно-распространяемая.
8. Электронная система дистанционного обучения АНОВО «Московский международный университет». <https://elearn.interun.ru/login/index.php>

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

1. компьютеры персональные для преподавателей с выходом в сети Интернет;
2. наушники;
3. вебкамеры;
4. колонки;
5. микрофоны.

11. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий – деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

11.1 В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

11.2 Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: («мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.) используются следующие:

- диспут
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач
- ролевая игра;
- круглый стол;
- мини-конференция
- дискуссия
- беседа.

11.3 Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.