

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «История продюсирования» является вариативной частью дисциплин ООП ГОС ВО (уровень бакалавриата) и адресована студентам 1-2 курса (I-III семестры) направления подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского». Дисциплина реализуется кафедрой межкультурной коммуникации иностранных языков.

Общекультурное значение курса «История продюсирования» делает его изучение органическим элементом филологического образования. При изучении современных иностранных языков (преимущественно принадлежащих к романской и германской группой) студенты смогут опираться на знания, полученные при изучении курса «История продюсирования». У них будет сформирован аналитический подход к изучению иностранных языков.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме:

- устная (устный опрос);
- письменная (письменный опрос, выполнение тестов, самостоятельных и контрольных работ и т. д.).

И итоговый контроль в форме зачета, экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единицы, 216 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 52 часа для очной формы обучения и 12 часов для заочной формы обучения, семинарские занятия – 52 часа для очной формы обучения и 12 часов для заочной формы обучения, самостоятельная работа – 112 часов для очной формы обучения и 128 часов для заочной формы обучения.

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью курса «История продюсирования» является изучение специфики продюсирования на телевидении, формирование представлений об организации работы студии продакшн в регионе, освоение творческих и технологических основ создания телепроектов, разработки стратегий продаж аудиовизуального контента и возмещения затрат.

Задачи дисциплины:

- изучить практику продюсерской деятельности на основе опыта отечественного и зарубежного продюсирования в кино и на телевидении;
- освоить специфику работы телевизионного продюсера в области художественного вещания в структуре студии продакшн;
- изучить и освоить специфику продюсирования телепроектов разных форматов, освоить роли и функции журналиста в продюсировании телепроектов;
- развивать способности и качества журналиста как координатора творческого коллектива;
- совершенствовать профессионально значимые личностные качества журналиста как продюсера телевизионной сферы.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина «История продюсирования» включена в вариативную часть. Данный курс преподается студентам 1-2 курса, что позволяет связать его с изучением иностранных языков, арт-менеджмента и продюсирования в целом. Таким образом, формируется комплексный подход к изучаемым языкам. В программе учтены межпредметные связи.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций в соответствии с ГОС ВО направления 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки.

Общекультурные компетенции (ОК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОК–1	готовностью к критическому осмыслению явлений социальной и культурной жизни, способностью к поиску и анализу информации, постановки цели и выбору путей ее достижения;
ОК–2	готовностью уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, толерантно воспринимать социальные и культурные различия, в том числе и при работе в коллективе, способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
ОК–5	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОПК–1	способностью понимать специфику и статус различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте;
ОПК–2	способностью анализировать основные контексты социального взаимодействия;

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ПК–6	владением навыками участия в научных дискуссиях, выступления с сообщениями и докладами, устного письменного и виртуального (размещение в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет») представления материалов собственных научных исследований;
ПК–9	способностью разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах.

В результате изучения дисциплины студенты должны **знать**:

- мировые культурные процессы, отразившиеся в арт-продюсировании;
- тенденции современного продюсирования;
- специфику кино как вида искусства;
- основные периоды истории и развития киноискусства;
- основные художественные направления в кино;
- особенности творчества ведущих мастеров кино (драматургов, режиссеров, операторов, актеров, композиторов, художников);
- взаимообусловленность развития фильмопроизводства и технологических процессов, экономики и зрительского восприятия.

Овладев курсом, студенты должны **уметь**:

- ориентироваться в отечественном и зарубежном опыте продюсирования;
- применять полученные знания в профессиональной деятельности.

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия разделов и тем	Количество часов							
	очная форма				заочная форма			
	все го	в том числе			всего	в том числе		
		л	с	с.р.		л	с	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Раздел 1. История зарубежного продюсирования в кино и на телевидение								
Тема 1. Введение в дисциплину	36	2	2	32	36	2	2	32
Тема 2. Американский опыт продюсирования в кино	36	10	10	16	36	10	10	16
Тема 3. Зарубежный опыт продюсирования на телевидении	36	10	10	16	36			36
Раздел 2. История отечественного продюсирования								
Тема 1. Становление продюсерской деятельности в России	36	10	10	16	36			36
Тема 2. Унификация, стандартизация и монополизация в советской модели продюсирования в кино и на телевидении	36	10	10	16	36			36
Тема 3. Продюсирование в кино и на телевидении в условиях российской рыночной экономики	36	10	10	16	36			36
ВСЕГО часов по дисциплине	216	52	52	112	216	12	12	192

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

(I–III СЕМЕСТР)

РАЗДЕЛ 1. ИСТОРИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ПРОДЮСИРОВАНИЯ В КИНО И НА ТЕЛЕВИДЕНИЕ

Тема 1. Введение в дисциплину.

Предпосылки возникновения продюсерской деятельности. Возможность тиражирования произведений искусства. Спрос аудитории на массовую продукцию и готовность платить за нее. Появление точек продаж для приобщения к массовой экранной культуре.

Тема 2. Американский опыт продюсирования в кино.

Социально-исторические причины развития американского массового кино на рубеже XIX–XX вв. Находки (приемы, методы и технологии), впоследствии – универсальные бизнес-стратегии американского кинематографа. Роль Т. Эдисона, А. Цукора, К. Леммле, М. Лоева и других в становлении продюсерской деятельности в кино. Первые кинопродюсеры и киномагнаты. Кодекс Хейса. Кодекс Валенти. Вызовы индустрии и стратегии борьбы Голливуда за лидерство в мировом медиапространстве.

Тема 3. Зарубежный опыт продюсирования на телевидении.

США – родина телепродюсирования. WNBT – первая коммерческая телестанция. Внедрение NBC «журнальной концепции» для рекламодателей (1951). Становление продюсерской деятельности на американском телевидении как результат развития «спроса – предложения». Ведущие американские телесети. Традиционные и новые актуальные технологии продюсирования в телеиндустрии США, Европы. США как лидер рекламного рынка мира, крупнейший экспортер телепроектов.

РАЗДЕЛ 2. ИСТОРИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРОДЮСИРОВАНИЯ

Тема 1. Становление продюсерской деятельности в России.

Продюсирование как предпринимательство в области культуры и искусства в период с конца XIX в. по 1917 г. Роль С. Дягилева, А. Ханжонкова, А. Дранкова, М. Трофимова, М. Алейникова в становлении продюсерской деятельности.

Тема 2. Унификация, стандартизация и монополизация в советской модели продюсирования в кино и на телевидении.

Государственная вещательно-производственная монополия Советского государства как инструмент свертывания свободы продюсирования в 1917–1991 гг. Государство – главный и единственный продюсер художественной жизни советского общества. Роль Государственного комитета СССР по кинематографии и Государственного комитета по телевидению и радиовещанию при Совете министров СССР в регулировании деятельности советского кино и телевидения.

Тема 3. Продюсирование в кино и на телевидении в условиях российской рыночной экономики.

Возрождение продюсирования в условиях рыночной экономики Российского государства с 1991 г. Создание первых акционерных обществ. «Национальная ассоциация телевещателей». Реклама как основной инструмент развития телерынка. Этапы превращения телевизионной продукции в товар. Продюсерские центры как независимые субъекты телерынка. Основные направления развития рынка отечественной продюсерской телепродукции. Ведущие тренды развития продюсерской деятельности на отечественном телевидении. Факторы, обуславливающие отставание российских телепродюсеров от Запада. Динамика развития кинопродюсерской деятельности в России. Факторы, снижающие результативность отечественного продюсерского кинематографа. Перспективные направления повышения эффективности продюсирования в отечественной кинематографии.

7. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студента является формой освоения дисциплины, позволяющей студенту закрепить знания и навыки, полученные в ходе лекционных и практических занятий. В процессе самостоятельной работы студент руководствуется материалами лекций и рекомендованной литературой, осуществляет самостоятельный поиск и анализ литературных и интернет источников по сформулированным преподавателем вопросам для самостоятельной работы. Собранные и изученные в ходе самостоятельной работы материалы студент использует для подготовки ответов на вопросы семинаров и практических занятий, контрольных работ и экзамена.

Подготовка к практическим занятиям по дисциплине «История продюсирования» включает следующие этапы: конспектирование литературных источников по теме практического занятия, подготовка к выступлению на занятиях по предложенным вопросам, выполнение самостоятельной работы над комплексом вопросов, подготовка докладов.

СР включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки презентации, доклада по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к семинарским занятиям;
- для студентов заочной формы обучения – выполнение контрольной работы;
- подготовка к зачету, экзамену.

7.1. ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

(I–II СЕМЕСТР)

Раздел 1. История зарубежного продюсирования в кино и на телевидение.

Тема 1. Введение в дисциплину.

1. Предпосылки возникновения продюсерской деятельности.
2. Возможность тиражирования произведений искусства.
3. Спрос аудитории на массовую продукцию и готовность платить за нее.
4. Появление точек продаж для приобщения к массовой экранной культуре.

Терминологический минимум: аудитория/публика, продюсер, продюсерская деятельность, массовая продукция, массовая культура, тиражирование.

Выполнить:

1. План-конспект лекции.
2. План письменного заключения по просмотренному фильму (выразить идею; краткое содержание, жанр, социальную значимость, позицию авторов фильма нравственным нормам, зрительская аудиторию, сюжетную линию, оригинальность сюжета, характеры персонажей в фильме, дать оценку диалогам, постановке, режиссерской и операторской работе, музыкальному сопровождению, игре актеров, монтажу, следует рекламировать и прокатывать данную картину)
3. Терминологический минимум: аудитория/публика, продюсер, продюсерская деятельность, массовая продукция, массовая культура, тиражирование.

Литература: [1. – С.10–12].

Тема 2. Американский опыт продюсирования в кино.

1. Социально-исторические причины развития американского массового кино на рубеже XIX–XX вв.
2. Находки (приемы, методы и технологии), впоследствии – универсальные бизнес-стратегии американского кинематографа.
3. Роль Т. Эдисона, А. Цукора, К. Леммле, М. Лоева и других в становлении продюсерской деятельности в кино.
4. Первые кинопродюсеры и киномагнаты.
5. Кодекс Хейса.
6. Кодекс Валенти.
7. Вызовы индустрии и стратегии борьбы Голливуда за лидерство в мировом медиапространстве.

Терминологический минимум: бизнес-стратегия, кинопродюсер, кинематограф, массовое кино, медиапространство.

Выполнить:

1. План-конспект лекции.
2. Обобщить в таблицу открытия (стратегии и тактики) голливудских кинопредпринимателей с конца XIX в. по настоящее время в хронологической последовательности.
3. Подготовить презентацию с использованием информационных технологий эффективных стратегических и тактических решений кинопродюсеров Голливуда.
4. Терминологический минимум: бизнес-стратегия, кинопродюсер, кинематограф, массовое кино, медиапространство.

Литература: [1. – С.10–12].

Тема 3. Зарубежный опыт продюсирования на телевидении.

1. США – родина телепродюсирования.
2. WNBT – первая коммерческая телестанция.
3. Внедрение NBC «журнальной концепции» для рекламодателей (1951).
4. Становление продюсерской деятельности на американском телевидении как результат развития «спроса – предложения».
5. Ведущие американские телесети.
6. Традиционные и новые актуальные технологии продюсирования в телеиндустрии США, Европы.
7. США как лидер рекламного рынка мира, крупнейший экспортер телепроектов.

Выполнить:

1. План-конспект лекции.
2. Подготовить обзор 50 величайших телешоу всех времен по версии TV Guide. Выступление должно сопровождаться мультимедийной презентацией (Power Point или др.) и видеоподборкой телепроектов.

Литература: [1. – С.10–12].

РАЗДЕЛ 2. ИСТОРИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРОДЮСИРОВАНИЯ.

Тема 1. Становление продюсерской деятельности в России.

1. Продюсирование как предпринимательство в области культуры и искусства в период с конца XIX в. по 1917 г.
2. Роль С. Дягилева, А. Ханжонкова, А. Дранкова, М. Трофимова, М. Алейникова в становлении продюсерской деятельности.

Выполнить:

1. План-конспект лекции.
2. Сделать подборку продюсерских работ С. Дягилева, А. Ханжонкова, А. Дранкова, М. Трофимова, М. Алейникова и подготовить их библиографическое описание.
3. Обобщить деятельность отечественных телепроизводителей на пути возрождения продюсерской деятельности. Создать историографическую карту развития отечественного продюсерского кино и телевидения в соответствии с названными периодами. Обозначить и раскрыть ключевые точки роста, конкретизируя вклад отдельных продюсеров и событий в становление отечественного медиабизнеса в кино и на телевидении.

Литература: [1. – С.10–12].

Тема 2. Унификация, стандартизация и монополизация в советской модели продюсирования в кино и на телевидении.

1. Государственная вещательно-производственная монополия Советского государства как инструмент свертывания свободы продюсирования в 1917–1991 гг.
2. Государство – главный и единственный продюсер художественной жизни советского общества.
3. Роль Государственного комитета СССР по кинематографии и Государственного комитета по телевидению и радиовещанию при Совете министров СССР в регулировании деятельности советского кино и телевидения.

Выполнить:

1. План-конспект лекции.
2. Подготовить выступление о деятельности популярных российских продюсеров, работающих для «малого экрана». Например, об успехах А. Аكوпова, Т. Вайнштейна, В. Галыгина, В. Дусмухаметова, П. Корчагина, А. Левина, Г. Мартиросяна, В. Муругова, А. Роднянского, С. Сельянова, Д. Троицкого, А. Файмана, А. Цекало и др. (наличие мультимедийной поддержки при выступлении обязательно).

Литература: [1. – С.10–12].

Тема 3. Продюсирование в кино и на телевидении в условиях российской рыночной экономики.

1. Возрождение продюсирования в условиях рыночной экономики Российского государства с 1991 г.
2. Создание первых акционерных обществ.
3. «Национальная ассоциация теле вещателей».
4. Реклама как основной инструмент развития телерынка.
5. Этапы превращения телевизионной продукции в товар.

6. Продюсерские центры как независимые субъекты телерынка.
7. Основные направления развития рынка отечественной продюсерской телепродукции.
8. Ведущие тренды развития продюсерской деятельности на отечественном телевидении.
9. Факторы, обуславливающие отставание российских телепродюсеров от Запада.
10. Динамика развития кинопродюсерской деятельности в России.
11. Факторы, снижающие результативность отечественного продюсерского кинематографа.
12. Перспективные направления повышения эффективности продюсирования в отечественной кинематографии.

Выполнить:

1. План-конспект лекции.
2. Подготовить выступление о деятельности региональных телепродюсеров. Например, о П. Михайлове, А. Слезко, Е. Мыслицкой, О. Шевченко, П. Сумском, О. Раковиче и др. (наличие мультимедийной поддержки при выступлении обязательно).

Литература:[1. – С.10–12].

7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольная работа выполняется студентами **заочной формы обучения**. Необходимо выбрать один из вариантов в соответствии с порядковым номером в академическом журнале.

Требования к выполнению контрольной работы:

Работа делается на листах формата А-4.

Для выполнения задания необходимо изучить литературу по теме и оформить ее в соответствии с планом. Изложение должно отличаться композиционной четкостью, логичностью, грамотностью.

Вариант 1

1. План письменного заключения по просмотренному фильму (выразить идею; краткое содержание, жанр, социальную значимость, позицию авторов фильма нравственным нормам, зрительская аудитория, сюжетную линию, оригинальность сюжета, характеры персонажей в фильме, дать оценку диалогам, постановке, режиссерской и операторской работе, музыкальному сопровождению, игре актеров, монтажу, следует рекламировать и прокатывать данную картину)

2. Обобщить в таблицу открытия (стратегии и тактики) голливудских кинопредпринимателей с конца XIX в. по настоящее время в хронологической последовательности.

Вариант 2

1. Подготовить обзор 50 величайших телешоу всех времен по версии TV Guide. Выступление должно сопровождаться мультимедийной презентацией (Power Point или др.) и видеоподборкой телепроектов.

2. Подготовить доклад с использованием информационных технологий эффективных стратегических и тактических решений кинопродюсеров Голливуда.

Вариант 3

1. Подготовить реферат о деятельности популярных российских продюсеров, работающих для «малого экрана». Например, об успехах А. Акопова, Т. Вайнштейна, В. Галыгина, В. Дусмухаметова, П. Корчагина, А. Левина, Г. Мартиросяна, В. Муругова, А. Роднянского, С. Сельянова, Д. Троицкого, А. Файмана, А. Цекало и др. (наличие мультимедийной поддержки при выступлении обязательно).

2. Разработать концепцию культуротворческого (социально-культурного) проекта: описание; цели и задачи; целевая и ключевая аудитория; партнеры; место и время реализации; план-график разработки и реализации; потенциал проекта

Вариант 4

1. Обобщить деятельность отечественных телепроизводителей на пути возрождения продюсерской деятельности. Создать историографическую карту развития отечественного продюсерского кино и телевидения в соответствии с названными периодами. Обозначить и раскрыть ключевые точки роста, конкретизируя вклад отдельных продюсеров и событий в становление отечественного медиабизнеса в кино и на телевидении.

2. Подготовить реферат о деятельности региональных телепродюсеров. Например, о П. Михайлове, А. Слезко, Е. Мыслицкой, О. Шевченко, П. Сумском, О. Раковиче и др. (наличие мультимедийной поддержки при выступлении обязательно).

Вариант 5

1. Подготовить обзор 50 величайших телешоу всех времен по версии TV Guide. Выступление должно сопровождаться мультимедийной презентацией (Power Point или др.) и видеоподборкой телепроектов.

2. Подготовить доклад с использованием информационных технологий эффективных стратегических и тактических решений кинопродюсеров Голливуда.

Вариант 6

1. План письменного заключения по просмотренному фильму (выразить идею; краткое содержание, жанр, социальную значимость, позицию авторов фильма нравственным нормам, зрительская аудиторию, сюжетную линию, оригинальность сюжета, характеры персонажей в фильме, дать оценку диалогам, постановке, режиссерской и операторской работе, музыкальному сопровождению, игре актеров, монтажу, следует рекламировать и прокатывать данную картину).

2. Обобщить в таблицу открытия (стратегии и тактики) голливудских кинопредпринимателей с конца XIX в. по настоящее время в хронологической последовательности.

Вариант 7

1. Подготовить реферат о деятельности популярных российских продюсеров, работающих для «малого экрана». Например, об успехах А. Акопова, Т. Вайнштейна, В. Галыгина, В. Дусмухаметова, П. Корчагина, А. Левина, Г. Мартиросяна, В. Муругова, А. Роднянского, С. Сельянова, Д. Троицкого, А. Файмана, А. Цекало и др. (наличие мультимедийной поддержки при выступлении обязательно).

2. Разработать концепцию культуротворческого (социально-культурного) проекта: описание; цели и задачи; целевая и ключевая аудитория; партнеры; место и время реализации; план-график разработки и реализации; потенциал проекта.

Вариант 8

1. Обобщить деятельность отечественных телепроизводителей на пути возрождения продюсерской деятельности. Создать историографическую карту развития отечественного продюсерского кино и телевидения в соответствии с названными периодами. Обозначить и раскрыть ключевые точки роста, конкретизируя вклад отдельных продюсеров и событий в становление отечественного медиабизнеса в кино и на телевидении.

2. Подготовить реферат о деятельности региональных телепродюсеров. Например, о П. Михайлове, А. Слезко, Е. Мыслицкой, О. Шевченко, П. Сумском, О. Раковиче и др. (наличие мультимедийной поддержки при выступлении обязательно).

7.3. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. США – родина телепродюсирования.
2. WNBT – первая коммерческая телестанция.
3. Внедрение NBC «журнальной концепции» для рекламодателей (1951).
4. Становление продюсерской деятельности на американском телевидении как результат развития «спроса – предложения».
5. Ведущие американские телесети.
6. Традиционные и новые актуальные технологии продюсирования в телеиндустрии США, Европы.
7. США как лидер рекламного рынка мира, крупнейший экспортер телепроектов.
8. Социально-исторические причины развития американского массового кино на рубеже XIX–XX вв.
9. Находки (приемы, методы и технологии), впоследствии – универсальные бизнес-стратегии американского кинематографа.
10. Роль Т. Эдисона, А. Цукора, К. Леммле, М. Лоева и других в становлении продюсерской деятельности в кино.
11. Первые кинопродюсеры и киномагнаты.
12. Кодекс Хейса.
13. Кодекс Валенти.
14. Вызовы индустрии и стратегии борьбы Голливуда за лидерство в мировом медиапространстве.
15. Предпосылки возникновения продюсерской деятельности.
16. Возможность тиражирования произведений искусства.
17. Спрос аудитории на массовую продукцию и готовность платить за нее.
18. Появление точек продаж для приобщения к массовой экранной культуре.

7.4. ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Продюсирование как предпринимательство в области культуры и искусства в период с конца XIX в. по 1917 г.
2. Роль С. Дягилева, А. Ханжонкова, А. Дранкова, М. Трофимова, М. Алейникова в становлении продюсерской деятельности.
3. Государственная вещательно-производственная монополия Советского государства как инструмент свертывания свободы продюсирования в 1917–1991 гг.
4. Государство – главный и единственный продюсер художественной жизни советского общества.
5. Роль Государственного комитета СССР по кинематографии и Государственного комитета по телевидению и радиовещанию при Совете министров СССР в регулировании деятельности советского кино и телевидения.
6. Возрождение продюсирования в условиях рыночной экономики Российского государства с 1991 г.
7. Создание первых акционерных обществ.
8. «Национальная ассоциация телевещателей».
9. Реклама как основной инструмент развития телерынка.
10. Этапы превращения телевизионной продукции в товар.
11. Продюсерские центры как независимые субъекты телерынка.
12. Основные направления развития рынка отечественной продюсерской телепродукции.
13. Ведущие тренды развития продюсерской деятельности на отечественном телевидении.
14. Факторы, обуславливающие отставание российских телепродюсеров от Запада.
15. Динамика развития кинопродюсерской деятельности в России.
16. Факторы, снижающие результативность отечественного продюсерского кинематографа.
17. Перспективные направления повышения эффективности продюсирования в отечественной кинематографии.
18. Становление продюсерства кино как вида деятельности.
19. Ранний период в истории кино продюсерства кино.
20. Формирование американской кинокультуры.
21. Русский дореволюционный кинематограф.
22. «Звезды» продюсерства раннего периода мирового кино (обзор).
23. Кино и революция.
24. Основные жанры и «звезды» советского кинопродюсерства.
25. Основные жанры и «звезды» американского кинопродюсерства.

8. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие методы образовательных технологий:

- методы ИТ – использование Internet-ресурсов для расширения информационного поля и получения информации, в том числе и профессиональной;
- междисциплинарное обучение – обучение с использованием знаний из различных областей (дисциплин) реализуемых в контексте конкретной задачи;
- проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний для решения конкретной поставленной задачи;
- обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента посредством ассоциации их собственного опыта с предметом изучения.

Изучение дисциплины «История продюсирования» осуществляется студентами в ходе прослушивания лекций, участия в семинарских занятиях, а также посредством самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

В рамках лекционного курса материал излагается в соответствии с рабочей программой. При этом преподаватель подробно останавливается на концептуальных темах курса, а также темах, вызывающих у студентов затруднение при изучении. В ходе проведения лекции студенты конспектируют материал, излагаемый преподавателем.

В ходе проведения семинарских занятий студенты отвечают на вопросы, вынесенные в план семинарского занятия. Кроме того, в ходе семинарского занятия может быть проведено пилотное тестирование, предполагающее выявление уровня знаний по пройденному материалу.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов.

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка		Характеристика знания предмета и ответов
Отлично (5)	зачтено	<ul style="list-style-type: none"> – изученный материал излагается полностью с верным определением понятий, наличием иллюстрированных примеров; – понимание материала, обоснование суждений, практическое применение знаний; – последовательное оформление материала с учётом литературных норм языка;
Хорошо (4)		<ul style="list-style-type: none"> – допускаются ошибки в изложении материала, но студент сам их исправляет; – 1-2 недочёта в последовательности изложения и языковом изложении материала;
Удовлетворительно (3)		<ul style="list-style-type: none"> – неполное изложение материала, неточность в определении понятий или формулировках; – неглубокое обоснование суждений; неумение практически использовать знания; – непоследовательное изложение материала; ошибки в языковом оформлении;
Неудовлетворительно (2)	незачтено	<ul style="list-style-type: none"> – незнание большей части изучаемого материала или полное незнание; – неумение обосновать суждение, практически использовать знания; – беспорядочное, неуверенное изложение. неумение пользоваться языковыми средствами.

10. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Атанесян, А. Краткая инструкция для начинающего продюсера. — 2-е изд. — М. : ЛОКИД-прссс, 2007. — 131 с.
2. Гойхман, О. Я. Организация и проведение мероприятий : учеб. пособие / О. Я. Г?ойхман. — М. : Инфра-М, 2011. — 120 с.
3. Зенин, И. А. Право интеллектуальной собственности : учебник для магистров / И. А. Зенин. — 8-е изд. — М. : Юрайт, 2013. — 567 с.
4. Грей, Клиффорд Ф. Управление проектами: Практическое руководство / К. Ф. Грей, Э. У. Ларсон. — М. : Дело и Сервис, 2013. — 528 с.
5. Малышева, М. Ф. Право интеллектуальной собственности : учеб. пособие / М. Ф. Малышева, И. А. Стрельникова. — М. : КНОРУС, 2015. — 164 с.
6. Мастерство продюсера кино и телевидения : учебник / под ред. П. К. Огурчикова, В. В. Падейского, В. И. Сидоренко. — М. : Юнити-Дана, 2008. — 863 с.
7. Профессия - продюсер кино и телевидения : практические подходы : учебник / под ред. В. И. Сидоренко, П. К. Огурчикова. — М. : Юнити-Дана, 2010. — 711 с.
8. Свечникова, И. В. Авторское право : учеб. пособие / И. В. Свечникова. — М. : Дашков и К, 2009. — 208 с.
9. Сумская, А. С. Продюсирование в студии продакшн. Краткий курс истории продюсирования в кино и на телевидении : учеб.-метод. пособие / А. С. Сумская. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2018. — 114 с.