

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

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. Схем 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 составления 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 арт-индустрии.
 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