

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
и образовательным инновациям

_____ О.Н. Здрок
« 27 » _____ марта _____ 2020 г.

Регистрационный № УД-8037 /уч.

ПРОДЮСИРОВАНИЕ В АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ МЕДИАИНДУСТРИИ

**Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:**

1-23 01 08 Журналистика (по направлениям)

направление специальности:

1-23 01 08-02 Журналистика (аудивизуальная)

2020 г.

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-23 01 08-2013 и учебного плана №Е23-264/уч. от 29.05.2015 г., №Е23и-255/уч. от 20.05.2015 г.

СОСТАВИТЕЛЬ:

Шоломицкая Татьяна Леонидовна, доцент кафедры телевидения и радиовещания, доцент кафедры медиалогии, кандидат филологических наук.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Попко Марина Константиновна – директор ООО «Лучшие решения»;

Никонович Дмитрий Олегович – старший преподаватель кафедры периодической печати и веб-журналистики, кандидат филологических наук.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой телевидения и радиовещания факультета журналистики БГУ
(протокол № 10 от 16.03.2020).

Научно-методическим советом БГУ
(протокол № 5 от 25.03.2020 г.).

Заведующий кафедрой
телевидения и радиовещания
факультета журналистики БГУ

_____ Кузьмина А.Ю.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цели и задачи учебной дисциплины

Цел учебной дисциплины – ознакомить студентов с теорией и практикой продюсерской деятельности в аудиовизуальной медиаиндустрии.

Задачи учебной дисциплины:

1. Ознакомить студентов со структурой и тенденциями развития современной аудиовизуальной медиаиндустрии в мире и Беларуси.
2. Сформировать у студентов представление о роли, функциях и должностных обязанностях продюсера в вещательных и производственных медиакомпаниях.
3. Рассмотреть актуальные технологии производства, продвижения и дистрибуции аудиовизуальных проектов и продуктов.
4. Проанализировать творческие, организационные и финансовые аспекты продюсирования.
5. Научить студентов применять полученные знания в процессе инициации, производства и продвижения аудиовизуальных проектов.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста с высшим образованием

Учебная дисциплина «Продюсирование в аудиовизуальной индустрии» относится к циклу специальных дисциплин (компонент учреждения высшего образования) и призвана сформировать у студентов навыки аналитической и управленческой деятельности, которые могут быть востребованы при проведении научных исследований (дипломная работа), а также в процессе создания, продвижения и дистрибуции аудиовизуальных проектов и продуктов на медиапредприятии.

Связи с другими учебными дисциплинами, включая учебные дисциплины компонента учреждения высшего образования, дисциплины специализации и др.

Учебная дисциплина «Продюсирование в аудиовизуальной индустрии» связана с дисциплинами «Техника телевидения и радиовещания», «Технологии телевидения и радиовещания», «Менеджмент аудиовизуальных медиа».

Требования к компетенциям

Освоение учебной дисциплины «Продюсирование в аудиовизуальной медиаиндустрии» должно обеспечить формирование следующих академических, социально-личностных и профессиональных компетенций в соответствии с Образовательным стандартом специальности:

академические компетенции:

- АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.
- АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом.
- АК-4. Уметь работать самостоятельно.
- АК-5. Быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью).
- АК-8. Обладать навыками устной и письменной коммуникации.

АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни.

социально-личностные компетенции:

СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.

СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

СЛК-5. Быть способным к критике и самокритике.

СЛК-6. Уметь работать в команде.

профессиональные компетенции:

ПК-8. Организовывать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей, мотивировать выполнение возложенных на членов трудового коллектива обязанностей.

ПК-9. Вести внутреннюю документацию организации в соответствии со служебными обязанностями, вести внутреннюю переписку.

ПК-10. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей в рамках выполнения общих творческих задач.

ПК-11. Вести переговоры с другими заинтересованными участниками, в том числе партнерами и клиентами организации, органами государственного управления.

ПК-13. Осуществлять поиск, систематизацию и анализ информации по перспективам развития отрасли, инновационным технологиям, проектам и решениям.

ПК-14. Определять цели инноваций и способы их достижения.

ПК-17. Применять методы анализа и организации внедрения инноваций.

ПК-20. Проводить сбор, обработку, систематизацию, актуализацию, представление, распространение, анализ и интерпретацию информации с использованием современных информационных и коммуникационных технологий.

ПК-22. Готовить доклады, материалы к презентациям.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- роль, функции и должностные обязанности продюсера в аудиовизуальной медиандустрии;
- структуру и особенности функционирования аудиовизуальной медиаиндустрии в Беларуси;
- технику и технологии продюсирования аудиовизуальных продуктов и проектов.

уметь:

- формировать концепции аудиовизуальных проектов;
- находить и привлекать финансирование для создания аудиовизуальных проектов;
- организовывать процесс производства и дистрибуции аудиовизуальных продуктов;
- применять современные технологии продвижения аудиовизуальных продуктов и проектов;

- управлять рисками в процессе реализации аудиовизуальных проектов.

владеть:

- информацией о текущем состоянии аудиовизуальной медиаиндустрии и тенденциях ее развития;
- методами генерации, отбора и оценки идей творческих проектов;
- навыками управления творческим, техническим и административным персоналом;
- технологиями продвижения и дистрибуции аудиовизуальных продуктов на рынках «b2b» и «b2c»;
- навыками ведения деловых переговоров;
- методами оценки рисков в аудиовизуальной медиаиндустрии.

Структура учебной дисциплины

Дисциплина изучается в 7 семестре. Всего на изучение учебной дисциплины «Продюсирование в аудиовизуальной медиаиндустрии» отведено:

– для очной формы получения высшего образования – 108 часов, в том числе 48 аудиторных часов, из них: лекции – 14 часов (из них 2 часа ДО), практические занятия – 30 часов (из них 6 часов ДО), управляемая самостоятельная работа – 4 часа.

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 2,5 зачетных единицы.

Форма текущей аттестации – экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Роль и функции продюсера в аудиовизуальных СМИ

Понятия «продюсер» и «продюсирование». Сущность и содержание продюсерской деятельности. Роль и функции продюсера на телевидении и радио. Типы продюсеров в аудиовизуальных медиа. Требования к профессиональным компетенциям продюсера и способы их оценки. Должностная инструкция продюсера в аудиовизуальных СМИ. Личностные качества продюсера и способы их развития.

Тема 2. Структурные характеристики и тенденции развития аудиовизуальной медиаиндустрии

Структура аудиовизуальной медиаиндустрии Беларуси. Особенности взаимодействия между основными субъектами рынка аудиовизуальных СМИ. Экономические стратегии вещательных и производственных компаний, агрегаторов, дистрибьюторов и медиаселлеров. Использование структурных особенностей индустрии в продюсерской деятельности. Тенденции развития рынка аудиовизуальных СМИ и новые бизнес-модели медиакомпаний. Творческие, технические и технологические инновации как стимул для развития продюсерской деятельности на медиапредприятиях.

Тема 3. Продюсирование в вещательных и производственных медиакомпаниях

Специфика продюсерской деятельности в вещательных и производственных медиакомпаниях. Формирование программной политики и ее реализация в аудиовизуальных медиа. Конкурентные стратегии программирования. Методы оценки качества и критерии отбора контента для эфира. Собственное производство и закупка аудиовизуальных продуктов на внешнем и внутреннем рынках. Взаимодействие вещательных и производственных компаний в процессе производства аудиовизуального контента.

Тема 4. Творческие аспекты продюсирования

Поиск новых идей и стимулирование их генерации в вещательных и производственных медиакомпаниях. Формирование творческой концепции проекта и ее визуализация. Креативные подходы к презентации аудиовизуального проекта. Создание продюсерского сценария проекта. Управление созданием режиссерского и актерского сценариев аудиовизуальных проектов. Отбор и подготовка актеров и ведущих. Работа с известными личностями, создание персонажей и историй для реализации и продвижения проекта.

Тема 5. Организационные аспекты продюсирования

Основные этапы создания аудиовизуальных проектов. Роль продюсера на разных этапах производства. Документальное представление аудиовизуального

проекта. Авторское право и его защита. Управление творческим, техническим и административным персоналом в процессе реализации проекта. Внедрение инновационных технологий в процесс производства аудиовизуального продукта. Управление рисками в аудиовизуальных проектах.

Тема 6. Финансовые аспекты продюсирования

Бюджет проекта. Поиск и привлечение финансирования на разных этапах производства. Стратегия и тактика ведения финансовых переговоров. Сотрудничество с рекламодателями и медиаселлерами. Особенности использования «Product Placement» в аудиовизуальных проектах. Формы, виды и особенности дистрибуции аудиовизуальных продуктов. Сотрудничество с дистрибьюторами и агрегаторами. Продвижение теле- и радиоканалов, аудиовизуальных проектов и продуктов на рынках «b2b» и «b2c».

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная форма получения образования с применением дистанционных образовательных технологий

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Роль и функции продюсера в аудиовизуальных СМИ	2	4					Дискуссия
2	Структурные характеристики и тенденции развития аудиовизуальной медиаиндустрии	2	6					Доклад, опрос
3	Продюсирование в вещательных и производственных медиакомпаниях	2	2 (2 ДО)					Доклад, опрос
4	Творческие аспекты продюсирования	2	6				4	Опрос, индивидуальный студенческий проект, открытое эвристическое задание
5	Организационные аспекты продюсирования	2	2 (2 ДО)					Опрос, индивидуальный студенческий проект
6	Финансовые аспекты продюсирования	2 2 (ДО)	4 (2 ДО)					Индивидуальный студенческий проект
	ИТОГО	14	30				4	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. Алексеева, П. А. Продюсирование радиопрограмм : учеб. пособие / П. А. Алексеева [и др.]. – СПб. : СПбГИКиТ, 2017. – 87 с.
2. Как это делается: продюсирование в креативных индустриях / под ред.: А. Г. Качкаевой, А. А. Новиковой, Р. Юркиной. – М. : Издательские решения, 2016. – 406 с.
3. Кэтмелл, Э. Корпорация гениев: как управлять командой творческих людей / Э. Кэтмелл, Э. Уоллес. – М. : Альпина Паблишер, 2019. – 344 с.
4. Основы медиабизнеса / Под. ред. Е. Л. Вартановой. – М. : Аспект-Пресс, 2014. – 400 с.
5. Основы продюсерства: аудиовизуальная сфера / Г. П. Иванов, П. К. Огурчиков, В. И. Сидоренко. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 719 с.
6. Падейский, В. В. Проектирование телепрограмм : учеб. пособие / В. В. Падейский. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 238 с.
7. Солдатенков, П. Я. Создание телевизионных произведений различных жанров / П. Я. Солдатенков. – СПб: СПбГИКиТ, 2018. – 160 с.
8. Стокман, С. Как снять отличное видео на зависть профессионалам / С. Стокман. – М. : Бомбора, 2016. – 271 с.
9. Шоломицкая, Т. Л. Новая структурная модель рынка аудиовизуальных СМИ / Т. Л. Шоломицкая // Журналістыка – 2019: стан, проблеми і перспективи : матеріялы 21-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 14–15 ліст. 2019 г. / рэдкал. : В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.] – Мінск : БДУ, 2019. – С. 94–98.

Перечень дополнительной литературы

1. Алексеева, П. А. Теоретические и практические аспекты продюсирования на радио / П. А. Алексеева, В. Ю. Карев // Петербургский экономический журнал. – 2017. – №2. – С. 165–176.
2. Атанесян, А. Краткая инструкция для начинающего продюсера / А. Атанесян. – М. : Локид-Пресс, 2007. – 130 с.
3. Барышников, К. Б. Телевидение в социокультурной жизни общества : учеб. пособие / К. Б. Барышников, Т. Л. Шкляр, Г. С. Кара-Мурза, С. Ю. Нарциссова. – М. : Академия МНЭПУ, 2019. – 198 с.
4. Браун, Дж. Эффективный менеджмент на радио и телевидении : в 2-х т. / Дж. Браун, У. Коул. – М. : Мир, 2002. – 2 т.
5. Келлисон, К. Продюсирование на телевидении: практический подход (+CD) / К. Келлисон. – Минск : Гревцов Букс, 2007. – 384 с.
6. Любимов, А. ВИД на ремесло: как превратить талант в капитал / А. Любимов, К. Ахметов. – М. : АСТ, 2017. – 352 с.
7. Гамбарато, Р. Р. Панорама российских трансмедиа: опыт картирования мультиплатформенных инициатив / Р. Р. Гамабарато, Е. Г. Лапина-Красатюк, О. В. Мороз // Шаги – Steps. – Т.3.– 2017. – №2. – С. 20–46.

8. Евменов, А. Д. Исследование систем продюсирования кинопроизводства / А. Д. Евменов, П. В. Данилов, Э. К. Какосьян. – СПб. : Изд-во СПбГУКиТ, 2011. – 97 с.
9. Котов Д. От видеоролика к Оскару: фильммейкинг на миллион / Д. Котов. – М. : АСТ, 2019. – 220 с.
10. Криштул, Б. Кинопродюсер / Б. Криштул. – М. : Российский фонд культуры, Русская панорама, 2000. – 336 с.
11. Митта, А. Кино между адом и раем: кино по Эйзенштейну, Чехову, Шекспиру, Курасаве, Феллини, Хичкоку, Тарковскому... / А. Митта. – М. : АСТ. – 2016. – 496 с.
12. Николаева, Д. С. Особенности продюсирования программ на разговорном радио / Д. С. Николаева // Медиасреда. – 2015. – №10. – С. 39–44.
13. Николаева, Д. С. Работа продюсера в региональной телерадиокомпании / Д. С. Николаева // Медиасреда. – 2016. – № 11. – С. 77–85.
14. Роднянский А. Выходит продюсер / А. Роднянский. – М. : МИФ. – 2016. – 450 с.
15. Розенталь, А. Создание кино и видеофильмов как увлекательный бизнес / А. Розенталь. – М. : Триумф, 2012. – 342 с.
16. Страдов, Г. Продюсерство на телевидении / Г. Страдов. – Минск : Современные знания. – 2007. – 188 с.
17. Сумская, А. С. Моделирование типажей телеведущих при продюсировании форматных проектов / А. С. Сумская // Вестн. Челябинского гос. ун-та. – 2018. – №1 (411). – С. 72–79.
18. Сумская, А. С. Продюсирование телевизионных и видеопроектов «цифровым» медиапоколением / А. С. Сумская, П. Ф. Сумской // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2019. – № 4 (34). – С. 73–82.
19. Труби, Дж. Анатомия истории : 22 шага к созданию успешного сценария / Дж. Труби. – М. : Альпина Нон-фикшн, 2016. – 428 с.
20. Тымко А. Ю. Коммуникационные барьеры в продюсировании и способы их преодоления / А. Ю. Тымко // Соврем. науч. исслед. и разработки. – №3. – 2018. – С. 562–564.
21. Улюра А. А. К вопросу о телевизионном бренде: алгоритм построения / А. А. Улюра // Вестн. Российского ун-та дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2016. – №1. – С. 104–110.

Перечень рекомендуемых средств диагностики и методика формирования итоговой оценки

Средствами диагностики знаний студентов по дисциплине являются устная презентация (доклад), опрос, открытое (эвристическое) задание креативного типа, индивидуальный студенческий проект, дискуссия.

Оценка *устной презентации (доклада)* включает:

- содержание выступления (ясность, доказательность, соответствие теме и аудитории) – 50 %;
- управление коммуникацией (ораторское мастерство, взаимодействие с аудиторией) – 25 %;
- применение визуальных средств – 25 %.

Оценка за *опрос* на лекциях и практических занятиях включает:

- ответ (полнота ответа) – 60 %;
- постановку вопросов – 40 %.

При оценке *открытого (эвристического) задания креативного типа* необходимо учитывать:

- самобытность (оригинальность) созданного образовательного продукта – 50 %;
- исследование изучаемого феномена с разных сторон, интегрирование знаний из различных областей – 30 %;
- личностная значимость достигнутых результатов – 20 %.

Оценка *индивидуального студенческого проекта* включает:

- реалистичность предложений, практико-ориентированность и корректность полученных результатов – 50 %;
- корректность используемых методов и методик исследования – 30 %;
- соответствие формальным требованиям (стиль, оформление) – 20 %.

Оценка за участие в *дискуссии* на практических занятиях включает:

- уровень аргументации, доказательность, использование данных из актуальных научных источников – 70 %;
- ораторское мастерство – 30 %.

Формой текущей аттестации по дисциплине «Продюсирование в аудиовизуальной медиаиндустрии» учебным планом предусмотрен экзамен.

При формировании итоговой оценки используется рейтинговая оценка знаний студента, дающая возможность проследить и оценить динамику процесса достижения целей обучения. Рейтинговая оценка предусматривает использование весовых коэффициентов для текущего контроля знаний и текущей аттестации студентов по дисциплине.

Примерные весовые коэффициенты, определяющие вклад текущего контроля знаний и текущей аттестации в рейтинговую оценку:

- ответы на практических занятиях, доклады, участие в дискуссии – 20 %;
- индивидуальные студенческие проекты – 60 %;
- открытое эвристическое задание – 20 %.

Итоговая оценка по дисциплине рассчитывается на основе оценки текущей успеваемости и экзаменационной оценки с учетом их весовых

коэффициентов. Оценка по текущей успеваемости составляет 50 %, экзаменационная оценка – 50 %.

Примерный перечень заданий для управляемой самостоятельной работы студентов

Тема 4 «Творческие аспекты продюсирования» (4 ч.)

Управляемая самостоятельная работа №1

Индивидуальный студенческий проект по теме «Формирование творческой концепции проекта и ее визуализация» (2 ч.)

На основе анализа белорусской аудиовизуальной медиаиндустрии, придумайте идею теле- или радиопрограммы, которая, на ваш взгляд, может быть актуальной и востребованной в данный момент.

На основе идеи создайте и оформите концепцию в виде документа, который содержит следующую информацию о программе: название, хронометраж, время и периодичность выхода в эфир, жанр, логлайн, синопсис, цели и задачи проекта, целевая аудитория, структура, тематический план на 10 выпусков, место съемок, декорации, имена, фамилии и фото предполагаемых ведущих, обоснование актуальности проекта для вещателя, рекламный слоган.

Файл с концепцией прикрепите к заданию УСР №1 на странице курса: <https://edujourn.bsu.by/course/view.php?id=229>

(Форма контроля – текст на образовательном портале – от 2 до 5 страниц формата А4, гарнитура Times New Roman, 14 пт., межстрочный интервал – 1,0).

Управляемая самостоятельная работа №2

Открытое эвристическое задание креативного типа по теме «Креативные подходы к презентации аудиовизуального проекта» (2 ч.)

С помощью листов бумаги, глянцевого журнала, ножниц, клея, цветных маркеров/ручек/карандашей, либо с помощью графического редактора создайте доску настроения (moodboard) для придуманной ранее идеи теле- или радиопрограммы. Попробуйте с помощью данного инструмента визуализировать настроение и стиль проекта, его содержание, ценности и цели.

Сделайте фотографию получившейся работы, а если коллаж был создан в графическом редакторе – экспортируйте его в файл.

Файлы с изображением и текстом прикрепите к заданию УСР №2 на странице курса: <https://edujourn.bsu.by/course/view.php?id=229>

(Форма контроля – файл с изображением в формате .jpg или .png, размещенный на образовательном портале).

Примерная тематика практических занятий

Тема 1. Роль и функции продюсера в аудиовизуальных СМИ

Практическое занятие № 1.

Вопросы:

1. Понятия «продюсер» и «продюсирование».
2. Сущность и содержание продюсерской деятельности.
3. Роль и функции продюсера на телевидении и радио.

4. Типы продюсеров в аудиовизуальных медиа.

Практическое занятие № 2.

Вопросы:

1. Требования к профессиональным компетенциям продюсера и способы их оценки.
2. Должностная инструкция продюсера в аудиовизуальных СМИ.
3. Личностные качества продюсера и способы их развития.

Тема 2. Структурные характеристики и тенденции развития аудиовизуальной медиаиндустрии

Практическое занятие № 3.

Вопросы:

1. Структура аудиовизуальной медиаиндустрии Беларуси.
2. Особенности взаимодействия между основными субъектами рынка аудиовизуальных СМИ.

Практическое занятие № 4.

Вопросы:

1. Экономические стратегии вещательных и производственных компаний, агрегаторов, дистрибьюторов и медиаселлеров.
2. Использование структурных особенностей индустрии в продюсерской деятельности.

Практическое занятие № 5.

Вопросы:

1. Тенденции развития рынка аудиовизуальных СМИ и новые бизнес-модели медиакомпаний.
2. Творческие, технические и технологические инновации как стимул для развития продюсерской деятельности на медиапредприятиях.

Тема 3. Продюсирование в вещательных и производственных медиакомпаниях

Практическое занятие № 6.

Вопросы:

1. Специфика продюсерской деятельности в вещательных и производственных медиакомпаниях.
2. Формирование программной политики и ее реализация в аудиовизуальных медиа.
3. Конкурентные стратегии программирования.

Практическое занятие № 7.

Вопросы:

1. Собственное производство и закупка аудиовизуальных продуктов на внешнем и внутреннем рынках.

2. Методы оценки качества и критерии отбора контента для эфира.
3. Взаимодействие вещательных и производственных компаний в процессе производства аудиовизуального контента.

Задание: письменный опрос по теме «Продюсирование в вещательных и производственных медиакомпаниях».

Прочитайте материалы на образовательном портале в разделе №3.

Ответьте письменно на вопросы, предложенные в задании на образовательном портале. Файл с ответами прикрепите к заданию на странице курса: <https://edujourn.bsu.by/course/view.php?id=229>

(Форма контроля – текст с ответами на образовательном портале – от 2 до 4 страниц формата А4, гарнитура Times New Roman, 14 пт., межстрочный интервал – 1,0).

Тема 4. Творческие аспекты продюсирования

Практическое занятие № 8.

Вопросы:

1. Поиск новых идей и стимулирование их генерации в вещательных и производственных медиакомпаниях.
2. Формирование творческой концепции проекта и ее визуализация.
3. Креативные подходы к презентации аудиовизуального проекта.

Практическое занятие № 9.

Вопросы:

1. Создание продюсерского сценария проекта.
2. Управление созданием режиссерского и актерского сценариев аудиовизуальных проектов.

Практическое занятие № 10.

Вопросы:

1. Отбор и подготовка актеров и ведущих.
2. Работа с известными личностями, создание персонажей и историй для реализации и продвижения проекта.

Тема 5. Организационные аспекты продюсирования

Практическое занятие № 11.

Вопросы:

1. Основные этапы создания аудиовизуальных проектов.
2. Роль продюсера на разных этапах производства.
3. Документальное представление аудиовизуального проекта.
4. Авторское право и его защита.

Практическое занятие № 12.

Вопросы:

1. Управление творческим, техническим и административным персоналом в процессе реализации проекта.

2. Внедрение инновационных технологий в процесс производства аудиовизуального продукта.

3. Управление рисками в аудиовизуальных проектах.

Задание: «Продюсерский план».

Создать интеллект-карту (mind map) «Продюсерский план» для придуманного самостоятельно аудиовизуального проекта, используя сервисы mindjet.com, mindmeister.com или mindmeister.com. В карте должны быть отражены основные этапы проектирования и создания телепрограммы (от поиска идеи до продвижения и дистрибуции) и основные работы по каждому из этапов; карта должна содержать структурные элементы разных уровней, демонстрировать связи между элементами; включать элементы визуализации (изображения, графические компоненты).

Карту можно создавать с помощью листа бумаги и цветных ручек либо с помощью одного из предложенных ниже мультимедийных инструментов (в зависимости от инструмента).

Файл с картой прикрепите к заданию на странице курса: <https://edujourn.bsu.by/course/view.php?id=229>

(Форма контроля – отчет о проекте в документе формата docs или pdf на образовательном портале, где необходимо разместить ссылку на интеллект-карту либо изображение /фото карты в формате .jpg /.png).

Тема 6. Финансовые аспекты продюсирования

Практическое занятие № 13.

Вопросы:

1. Бюджет проекта.
2. Поиск и привлечение финансирования на разных этапах производства.
3. Стратегия и тактика ведения финансовых переговоров.

Практическое занятие № 14.

1. Сотрудничество с рекламодателями и медиаселлерами.
2. Особенности использования «Product Placement» в аудиовизуальных проектах.

Практическое занятие № 15.

1. Формы, виды и особенности дистрибуции аудиовизуальных продуктов.
2. Сотрудничество с дистрибьюторами и агрегаторами.
3. Продвижение теле- и радиоканалов, аудиовизуальных проектов и продуктов на рынках «b2b» и «b2c».

Задание: «Бюджет аудиовизуального проекта».

Выполнить анализ финансовой составляющей придуманного самостоятельно аудиовизуального проекта, записать его результаты. На основании проведенного анализа и предложенных образцов, составить бюджет аудиовизуального проекта.

Файл с документом прикрепите к заданию на странице курса:
<https://edujourn.bsu.by/course/view.php?id=229>

(Форма контроля – отчет в виде текста в документе формата .docs, .xls или .pdf на образовательном портале).

Описание инновационных подходов и методов к преподаванию учебной дисциплины

При организации образовательного процесса используются:

эвристический подход, который предполагает:

- демонстрацию многообразия решений большинства профессиональных задач и жизненных проблем;
- творческую самореализацию обучающихся в процессе создания образовательных продуктов;
- индивидуализацию обучения через возможность самостоятельно ставить цели, осуществлять рефлексию собственной образовательной деятельности;

практико-ориентированный подход, который предполагает:

- освоение содержания образования через решения практических задач;
- приобретение навыков эффективного выполнения разных видов профессиональной деятельности;
- ориентацию на генерирование идей, реализацию групповых студенческих проектов, развитие предпринимательской культуры;
- использованию процедур, способов оценивания, фиксирующих сформированность профессиональных компетенций;

метод проектного обучения, который предполагает:

- способ организации учебной деятельности студентов, развивающий актуальные для учебной и профессиональной деятельности навыки планирования, самоорганизации, сотрудничества и предполагающий создание собственного продукта;
- приобретение навыков для решения исследовательских, творческих, социальных, предпринимательских и коммуникационных задач;

метод учебной дискуссии, который предполагает участие студентов в целенаправленном обмене мнениями, идеями для предъявления и/или согласования существующих позиций по определенной проблеме. Использование метода обеспечивает появление нового уровня понимания изучаемой темы, применение знаний (теорий, концепций) при решении проблем, определение способов их решения;

методы и приемы развития критического мышления, которые представляют собой систему, формирующую навыки работы с информацией в процессе чтения и письма; понимания информации как отправного, а не конечного пункта критического мышления.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

Для успешного выполнения практических заданий студентам необходим доступ к компьютерам, имеющим выход в Интернет, а также с установленным пакетом офисных программ MS Office.

Студентам также необходимо зарегистрироваться на Образовательном портале БГУ (edujour.bsu.by) и записаться на курс «Продюсирование в аудиовизуальной индустрии». На портале доступны учебные материалы, практические задания и инструкции по их выполнению.

Самостоятельная работа студентов разделена на три уровня: уровень узнавания, уровень воспроизведения и уровень применения полученных знаний.

Задания первого уровня – анализ теоретического материала, ответы на вопросы преподавателя по изученному материалу во время аудиторных занятий.

Задания второго уровня – самостоятельная подготовка тематических презентаций (докладов) с последующим обсуждением во время аудиторных занятий; подготовка и участие в групповой дискуссии с использованием аргументации на основе изученного материала.

Задания третьего уровня – разработка и взаимное рецензирование авторских концепций теле- и радиопрограмм, визуализация идеи аудиовизуального продукта, создание продюсерского плана и формирование бюджета аудиовизуального проекта.

Примерный перечень тем для докладов

1. Продюсирование развлекательных программ на телевидении.
2. Продюсирование развлекательных программ на радио.
3. Продюсирование документальных и художественных сериалов.
4. Продюсирование ток-шоу на радио и телевидении.
5. Продюсирование игровых шоу на телевидении.
6. Продюсирование игровых шоу на радио.
7. Продюсирование кросс-медийных проектов.
8. Использование «звезд» для продвижения телевизионных проектов.
9. Продюсирование теле- и радиоведущих.
10. Использование персонажей для создания и продвижения аудиовизуальных проектов.
11. Экономические стратегии медиаселлеров на рынке аудиовизуальных СМИ.
12. Экономические стратегии вещательных медиакомпаний.
13. Экономические стратегии производственных медиакомпаний.
14. Экономические стратегии дистрибьюторов аудиовизуального продукта.
15. Экономические стратегии агрегаторов на рынке на рынке аудиовизуальных СМИ.
16. Взаимодействие продюсерских компаний с дистрибьюторами аудиовизуального продукта.
17. Взаимодействие вещательных компаний с дистрибьюторами аудиовизуального продукта.
18. Взаимодействие вещательных компаний с агрегаторами на рынке аудиовизуальных СМИ.
19. Презентация творческой концепции аудиовизуального проекта.
20. Генеральный продюсер телеканала: функции, должностные обязанности, профессиональные требования.
21. Исполнительный продюсер на телеканале: функции, должностные обязанности, профессиональные требования.
22. Линейный продюсер на телевидении, на радио и в кино: сравнительная характеристика.
23. Роль и функции креативного продюсера в производственной медиакомпании.
24. Личностные и профессиональные качества продюсера.
25. Фандрайзинг в продюсерской деятельности.
26. Продюсирование в процессе производства форматного продукта.
27. Методологические особенности Product Placement.
28. Методология оценки аудиовизуальных проектов.

Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Профессия продюсер и ее характеристики.
2. Должностная инструкция продюсера в аудиовизуальных СМИ.
3. Современное состояние и тенденции развития аудиовизуальной медиаиндустрии.
4. Основные субъекты аудиовизуального рынка и их взаимодействие.
5. Трансформация аудиовизуальной медиаиндустрии на современном этапе.
6. Закупка аудиовизуальных продуктов на внешнем рынке.
7. Закупка аудиовизуальных продуктов на внутреннем рынке.
8. Собственное производство контента в вещательных компаниях.
9. Современные технологии производства аудиовизуального продукта.
10. Инновационные подходы к производству аудиовизуального продукта.
11. Взаимодействие вещательных и производственных компаний в процессе производства.
12. Сферы деятельности продюсера в аудиовизуальной медиаиндустрии.
13. Специфика продюсерской деятельности в вещательных медиакомпаниях.
14. Специфика продюсерской деятельности в производственных медиакомпаниях.
15. Эффективное программирование телеэфира.
16. Эффективное программирование радиофира.
17. Основные этапы создания аудиовизуального проекта.
18. Формирование творческой концепции проекта и ее визуализация.
19. Документальное представление аудиовизуального проекта.
20. Деятельность продюсера на предварительном этапе создания аудиовизуального проекта.
21. Деятельность продюсера на подготовительном этапе создания аудиовизуального проекта.
22. Деятельность продюсера на этапе производства аудиовизуального проекта.
23. Деятельность продюсера в этапе постпродакшн.
24. Деятельность продюсера на завершающем этапе производства аудиовизуального проекта.
25. Особенности продвижения аудиовизуальных проектов.
26. Внешний и внутренний промоушн в вещательных компаниях.
27. Промоушн в производственных компаниях.
28. Продвижение аудиовизуальных проектов и продуктов на рынке b2b.
29. Реализация рекламных возможностей в процессе создания аудиовизуальных проектов.

30. Организация сотрудничества вещательных и производственных медиакомпаний с рекламодателями и медиаселлерами.
31. Особенности использования Product Placement в аудиовизуальных проектах.
32. Дистрибуция аудиовизуальных продуктов.
33. Дистрибуция телевизионных каналов.
34. Взаимодействие с агрегаторами в процессе дистрибуции аудиовизуального продукта.
35. Особенности работы продюсера в процессе подготовки сценариев.
36. Авторское право и его защита на рынке аудиовизуальных СМИ.
37. Управление рисками в процессе создания аудиовизуального проекта.
38. Финансирование на различных этапах производства и продвижения проектов.
39. Способы оценки и критерии отбора аудиовизуальных проектов.
40. Бюджет аудиовизуального проекта.
41. Влияние технологии производства аудиовизуального продукта на затраты.
42. Оптимизация затрат в процесс производства аудиовизуального продукта.
43. Продюсирование «звезд» эфира. Организационные, финансовые, правовые аспекты.
44. Стратегия и тактика ведения финансовых переговоров.
45. Управление творческим персоналом в процессе реализации аудиовизуального проекта.
46. Управление техническим персоналом в процессе реализации аудиовизуального проекта.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Информационно-развлекательное телевидение	Телевидения и радиовещания	Предложений нет.	Замечаний нет. Протокол № 10 от 16.03.2020
Телерадиопроизводство	Телевидения и радиовещания	Предложений нет.	Замечаний нет. Протокол № 10 от 16.03.2020
Теория и практика создания телешоу	Телевидения и радиовещания	Предложений нет.	Замечаний нет. Протокол № 10 от 16.03.2020

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ ПО
ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**
на 2020/2021 учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание
1		

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
_____ (протокол № ____ от _____ 20_ г.)

Заведующий кафедрой
кандидат филологических наук,
доцент

_____ А.Ю. Кузьмина

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
кандидат филологических наук,
доцент

_____ О.М. Самусевич