

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30» июня 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.24 Основы продюсирования

Учебный план: ФГОС3+_2020-2021_42.03.01_ИБК_ЗАО_РИСО.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в дизайне и моде)
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
4	УП	4	32		1	
	РПД	4	32		1	
5	УП	4	60	4	2	Зачет
	РПД	4	60	4	2	
Итого	УП	8	92	4	3	
	РПД	8	92	4	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

От кафедры составителя:
Заведующий кафедрой рекламы и связей с
общественностью

Степанов Михаил
Александрович

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Формирование компетенций обучающихся в сфере производства медиа и коммуникационного продукта, реализации проекта, управления различными стадиями производства проекта, а также в регулировке финансовых, технологических, творческих и административных аспектов деятельности.

1.2 Задачи дисциплины:

- изучить сущностные положения функционирования креативного бизнеса;
- получить представление о принципах продюсирования;
- развить навыки анализа конкретных ситуаций, складывающихся в процессе продюсирования в сфере креативных индустрий.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Профессиональное портфолио в сфере дизайна и моды
- Производственная практика (профессионально-творческая практика)
- Культурные коммуникации Санкт-Петербурга
- Современные проблемы дизайна и моды
- Теория и практика фотографии
- История и теория модной индустрии
- Основы визуальной культуры
- Медиатекст и основы копирайтинга
- Основы цифровых коммуникаций
- Основы брендинга
- Корпоративные коммуникации
- Медиапланирование
- Основы сторителлинга
- Маркетинг социальных медиа
- Введение в историю дизайна и искусств
- Комплексные исследования в отрасли
- Дизайн в системе массовых коммуникаций
- Этика профессиональной сферы
- Аудит коммуникаций бренда
- Коммуникационные компании в дизайне и моде
- Эстетика медиапродукта
- Деловые коммуникации в профессиональной деятельности
- Основы маркетинга
- Событийный менеджмент
- Введение в коммуникационные специальности
- История рекламы и связей с общественностью
- Информационно-коммуникационные технологии
- Теория и практика массмедиа
- Теория и практика рекламы
- Социология
- Организационное поведение
- Основы проектной деятельности
- Правоведение
- Теория и практика связей с общественностью
- Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)
- Производственная практика (практика по получению опыта и навыков проектной деятельности)
- Деловой иностранный язык

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПКп-2 : Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.

Знать: особенности профессиональной деятельности как многоаспектной, совместной с другими участниками медиапроизводства, учитывая экономические, организационные и творческие аспекты создания коммуникационного продукта; знать основы и функционал деятельности продюсера

Уметь:

определять цели, задачи и целесообразность разработки коммуникационного продукта; редактировать схему/этапы, дистрибуции коммуникационного продукта.

Владеть: навыком инициации производства, редактирования, стилистической и иной коррекции медиа и коммуникационного продукта с учетом экономической и организационной специфики профессиональной области

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Продюсирование: постановка проблемы	4				
Тема 1. Феномен продюсирования и его роль в современной культуре и обществе. Специфика трансмедийного продюсирования как современного тренда медиакультуры.		2		16	ИЛ
Тема 2. Рынок креативных индустрий. Коммуникационный процесс в креативных индустриях. Основы и функционал деятельности продюсера. Специфика формирования потребительских аудиторий/субкультур. Создание спроса и вкуса (по отношению к производимым продуктам). Аккумуляция ресурсов (кадровые, управленческие, финансовые). Инвестиции (финансовые, интеллектуальные и проч.). Предпринимательская/инновационная активность. Новые институциональные формы/социальные технологии. Бессознательные потребности - сознательные интересы.		2		16	ИЛ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 2. Этапы продюсирования	5				
Тема 3. Экономические, организационные и творческие аспекты создания коммуникационного продукта. Практическое занятие: Современные формы продюсирования (на примере творческих учреждений Санкт-Петербурга). Создание актуального проекта. Инструменты развития и популяризации проекта Создание творческого коллектива.		2	2	30	ГД
Тема 4. Предпроизводственная деятельность продюсера. Сценарный период. Финансы. Постпродукция. Первичный и вторичный рынок креативного продукта. Практическое занятие: Процесс организации информационного производства.		2	2	30	АС
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	4	60	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине		12,25	92		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПКп-2	характеризует экономические, организационные и творческие аспекты создания коммуникационного продукта; определяет этапы создания коммуникационного продукта. осуществляет редактирование текстовой, визуальной и технологической составляющих коммуникационного продукта.	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.	
Не зачтено	Задание или не сделано, или допущено много ошибок, классифицируемых как грубые. Очевидны или непонимание заданного вопроса, или неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Обнаруживаются незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины, неумение сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины, многочисленные грубые ошибки. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 5	
1	Сущность продюсирования
2	Рынок креативных индустрий
3	Коммуникационный процесс в креативных индустриях.
4	Основы и функционал деятельности продюсера.
5	Специфика формирования потребительских аудиторий/субкультур.
6	Создание спроса и вкуса (по отношению к производимым продуктам).
7	Аккумуляция ресурсов (кадровые, управленческие, финансовые).
8	Инвестиции (финансовые, интеллектуальные и проч.).
9	Предпринимательская/инновационная активность.
10	Новые институциональные формы/социальные технологии.
11	Бессознательные потребности - сознательные интересы.
12	Специфика трансмедийного продюсирования
13	Современные тренды медиакультуры.
14	Обусловленность появления трансмедийной продукции актуальными культурными практиками потребителей.

15	Идея. Принципы формирования. Поиск идеи, утверждение идеи и синопсиса творческого проекта.
16	Расчет генеральной сметы
17	Презентация творческого проекта: ключевые элементы.
18	Определение себестоимости и рентабельности проекта
19	Фандрайзинг проекта
20	Подготовка и разработка структуры сценария: экспозиция, завязка, действие (развитие), кульминация, развязка, пролог/эпилог. Создание сценарного плана
21	Разработка календарно-постановочного плана для творческого проекта
22	Технологии создания трансмедийных историй, организации повествования и культуры коммуникации с аудиторией на различных платформах.
23	Техники монетизации проектов.

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Кейс 1. Предложить проект (тематика на выбор обучающегося). Формирование идеи: Поиск идеи, утверждение идеи и синопсиса творческого проекта. Определение актуальности, выявление проблемы, решение проблемы, последствия.

Кейс 2. Разработка календарно-постановочного плана для творческого проекта (по этапам): 1. Идея 2. Потенциальной аудитории. 3. Разработка тематической и технологической модели проекта. 4. Написание сценария.

Кейс 3. Сценарный период: Подготовка и разработка структуры сценария: экспозиция, завязка, действие (развитие), кульминация, развязка, пролог/эпилог. Создание сценарного плана

Кейс 4. Финансы: Определение себестоимости единицы проекта, рентабельности; Расчет генеральной сметы.

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

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

В течении семестра выполняются контрольные работы.

Ответ на один вопрос и разработка одного практико-ориентированного задания.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Герасимов, В. В., Шерстяков, А. А., Яненко, Е. Н.	Креативные технологии менеджмента организации	Новосибирск: Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин), ЭБС АСВ	2014	http://www.iprbookshop.ru/68775.html
Дубина, И. Н.	Модели и методы формирования и стимулирования креативно-инновационных коллективов	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/76237.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				

Жуков, Б. М.	Креативное управление в реализации стратегии организации	Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/75085.html
Браилова, О. В., Горчакова, В. Г., Есионова, С. С., Захарова, Е. Ю., Криволицкий, Е. Ю., Криволицкий, Ю. В., Немировская, М. Л., Сарымсаков, С. К., Фунберг, Л. А., Якушева, В. В., Криволицкого, Ю. В., Фунберга, Л. А.	Продюсерство. Экономико-математические методы и модели	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/83067.html
Калугина, М. В., Огурчиков, П. К., Сычева, А. Г., Сидоренко, В. И.	От продюсерской идеи до зрителя	Москва: Всероссийский государственный университет кинематографии имени С.А. Герасимова (ВГИК)	2015	http://www.iprbookshop.ru/49999.html
Малышев, В. С.	Первый кинопродюсер России Александр Ханжонков	Москва: Всероссийский государственный университет кинематографии имени С.А. Герасимова (ВГИК)	2016	http://www.iprbookshop.ru/62782.html
Дубина, И. Н.	Модели теории игр для анализа креативно-инновационной деятельности	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/76238.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД: <http://publish.sutd.ru>

Видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки, показа и монетизации видео YouTube [Электронный ресурс]. URL: <http://youtube.com>

Интегрированный информационный ресурс электронной научной библиотеки «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru>

Информационный ресурс "Теории и практики" - <http://theoryandpractice.ru>

Электронная библиотека по гуманитарным дисциплинам - www.gumer.info

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска