

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПЕРФОРМАТИВНИХ МИСТЕЦТВ
КАФЕДРА МУЗИЧНОГО ПРОДАКШНУ ТА ЗВУКОРЕЖИУРИ

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

В.о. ректора

Валерій МАРЧЕНКО

«30» серпня 2024 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

АУДІОВІЗУАЛЬНЕ ПРОДЮСУВАННЯ

для здобувачів вищої освіти

Галузь знань	02 «Культура і мистецтво»
Спеціальність	025 «Музичне мистецтво»
Освітній рівень	бакалаврський
Освітня програма	«Звукорежисура»
Вид дисципліни	обов'язкова

Форма навчання	денна, заочна
Навчальний рік	2024_/2025
Кількість кредитів ECTS	9/270
Мова викладання, навчання й оцінювання	українська
Форма підсумкового контролю	екзамен

Київ– 2024

Розробник:

Грищенко Валентина Іванівна, кандидат педагогічних наук, доцент, відмінник освіти України, доцент кафедри музичного продакшну та звукорежисури

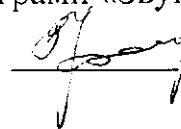
ЗАТВЕРДЖЕНО:

В.о. завідувача кафедри
музичного продакшну та звукорежисури
Протокол № 1 від 26 серпня 2024 р.


Олена СІРОВА

ПОГОДЖЕНО з гарантом освітньої програми «Звукорежисура»

Гарант освітньої програми


Валентина ГРИЩЕНКО

© Грищенко В.І., 2024

© НАКККіМ, 2024

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Анотація (опис) навчальної дисципліни (зокрема міждисциплінарні зв'язки):

Навчальна дисципліна «Аудіовізуальне продюсування» передбачена ОП «Звукорежисура» 025 «Музичне мистецтво» першого (бакалаврського) освітньо-професійного рівня. Відповідно до навчального плану, навчальна дисципліна є обов'язковою і вивчається здобувачами вищої освіти на четвертому курсі у 7, 8 семестрах.

Формою підсумкового контролю є екзамен. Загальна кількість годин – 270 годин (кредитів ЄКТС – 9).

Денна форма: контактні години – 60 (лекційні), семінарські – 66 год.; модульний контроль – 18 год., для самостійної роботи здобувачів визначено 126 год.

Заочна форма: контактні години – 16 (лекційні), практичні – 16 год.; модульний контроль – 4 год., для самостійної роботи здобувачів визначено 234 год.

Дисципліна є важливою з огляду на необхідність ґрунтовного ознайомлення здобувачів зі структурою та функціональними компонентами аудіовізуальної сфери, технологіями створення продуктів аудіовізуального продюсування. Навчальна дисципліна «Аудіовізуальне продюсування» має міждисциплінарний зв'язок із такими обов'язковими дисциплінами, як «Звукорежисура», «Музично-інформаційні технології», «Мультимедійні технології», «Звукотехнічна апаратура», «Звукорежисура кіно-телепрограм», «Звукорежисура в MIDI».

2. Мета дисципліни – в опануванні компетентностями з теоретичних основ аудіовізуального продюсування та засвоєння принципів і прийомів роботи, що характерні для основних напрямів створення аудіовізуальної продукції, для використання набутих знань в умовах ринкової економіки та конкуренції.

3. Завдання:

- ознайомити здобувачів з основами кіно-, телевиробництва та продюсування;
- сформулювати вміння економічно правильно оцінювати процес організації та управління проектами;
- ознайомити із системою вимог форматів до аудіовізуального контенту;
- опанувати основами експертного мислення в області оцінки та вибору основних параметрів проекту;
- ознайомити здобувачів з максимально широкою палітрою сучасних прийомів і навичок, характерних для основних напрямів створення аудіовізуальної продукції;
- на прикладах успішних проектів показати переваги тих або інших технологій.

4. Компетентності, яких набуває здобувач при вивченні дисципліни відповідно до освітньої програми:

Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі музичної діяльності, зокрема у звукорежисерській, а також у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів мистецтвознавчих та технічних наук і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК):

- ЗК2.** Знання та розуміння предметної області й професійної діяльності.
- ЗК3.** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК4.** Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.
- ЗК5.** Здатність до пошуку, оброблення й аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК6.** Навички міжособистісної взаємодії.
- ЗК7.** Здатність бути критичним і самокритичним.
- ЗК8.** Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.
- ЗК9.** Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- ЗК11.** Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
- ЗК12.** Здатність працювати автономно.
- ЗК13.** Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
- ЗК14.** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК15.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК17.** Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК):

- СК1.** Здатність демонструвати достатньо високий рівень професійної майстерності.
- СК3.** Здатність усвідомлювати художньо-естетичну природу музичного мистецтва.
- СК4.** Здатність усвідомлювати взаємозв'язки та взаємозалежності між теорією та практикою музичного мистецтва.
- СК6.** Здатність використовувати професійні знання та навички в процесі творчої діяльності.
- СК7.** Здатність володіти науково-аналітичним апаратом і використовувати професійні знання у практичній діяльності.
- СК9.** Здатність розуміти основні шляхи інтерпретації художнього образу.
- СК11.** Здатність оперувати професійною термінологією.
- СК12.** Здатність збирати, аналізувати, синтезувати художню інформацію та застосовувати її в процесі практичної діяльності.
- СК13.** Здатність використовувати широкий спектр міждисциплінарних зв'язків.
- СК14.** Здатність демонструвати базові навички ділових комунікацій.
- СК16.** Здатність використовувати засоби масової інформації для просвітництва, популяризації та пропаганди досягнень музичної культури.
- СК17.** Здатність застосовувати традиційні і альтернативні інноваційні технології

музикознавчої, виконавської, композиторської, звукорежисерської і педагогічної діяльності.

5. Програмні результати навчання:

- ПРН 3.** Демонструвати різні методики удосконалення виконавської діяльності.
- ПРН 6.** Демонструвати спроможність до самостійного дослідження наукової проблеми в галузі музичного мистецтва та написання роботи відповідно до вимог, готовність дискутувати і аргументувати власну позицію.
- ПРН 7.** Володіти методами опрацювання музикознавчої літератури, узагальнення та аналізу музичного матеріалу, принципами формування наукової теми та розуміння подальших перспектив розвитку даної проблематики в різних дослідницьких жанрах.
- ПРН 11.** Застосовувати теоретичні знання та навички в редакторській / менеджерській / лекторській / звукорежисерській практичній діяльності.
- ПРН 12.** Володіти термінологією музичного мистецтва, його понятійно-категоріальним апаратом.
- ПРН13.** Вміти здійснювати педагогічну діяльність.
- ПРН16.** Виявляти розуміння фінансово-адміністративних принципів організації мистецьких заходів, закладів культури та музичної освіти.
- ПРН18.** Виявляти, генерувати і впроваджувати креативні ідеї в професійну діяльність.

Програма навчальної дисципліни складається з дев'яти модулів:

Модуль 1. Виникнення і розвиток аудіовізуальної сфери

Модуль 2. Продюсер і управління

Модуль 3. Організаційно-економічні основи розвитку аудіовізуальної сфери

Модуль 4. Виробництво аудіовізуальної продукції

Модуль 5. Підприємництво в ринковій економіці

Модуль 6 Організація просування аудіовізуальної продукції

Модуль 7. Правове регулювання продюсування

Модуль 8. Реклама в продюсуванні аудіовізуальної продукції

Модуль 9. Організація виробництва рекламних фільмів

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
(для денної форми навчання)

№ з/п	Назва розділу і теми	Кількість годин				
		денна форма				
		усьог	у тому числі			
л	с		п	м.к.	с.р.	
7 семестр						
МОДУЛЬ 1. ВИНИКНЕННЯ І РОЗВИТОК АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ СФЕРИ						
1.1.	Компетентнісна актуальність навчальної дисципліни	2	2			
1.2.	Виникнення і розвиток продюсування	11	2	3		6
1.3.	Організаційні компоненти продюсування	15	3	4		8
	Модульний контроль	2			2	
	Разом за модуль 1	30	7	7	2	14
МОДУЛЬ 2. ПРОДЮСЕР І УПРАВЛІННЯ						
2.1.	Продюсер і його команда як найважливіші складові ринкового механізму	16	4	4		8
2.2.	Управління шоу-проектом	12	3	3		6
	Модульний контроль	2			2	
	Разом за модуль 2	30	7	7	2	14
МОДУЛЬ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ СФЕРИ						
3.1.	Розробка аудіовізуальних проєктів	8	2	2		4
3.2.	Бізнес-план	12	3	3		6
3.3.	Методи оцінки аудіовізуальних проєктів	8	2	2		4
	Модульний контроль	2			2	
	Разом за модуль 3	30	7	7	2	14
МОДУЛЬ 4. ВИРОБНИЦТВО АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ						
4.1.	Творчо-постановочна діяльність продюсера	12	3	3		6
4.2.	Звукове вирішення фільму	16	4	4		8
	Модульний контроль	2			2	
	Разом за модуль 4	30	7	7	2	14
	Разом за 7 семестр	120	28	28	8	56
8 семестр						
МОДУЛЬ 5. ПІДПРИЄМНИЦТВО В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ						
5.1.	Сутність і цілі підприємництва	12	2	4		6
5.2.	Особливості підприємництва у сфері культури. Джерела фінансування аудіовізуальної сфери	16	4	4		8
	Модульний контроль	2			2	
	Разом за модуль 5	30	6	8	2	14
МОДУЛЬ 6. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОСУВАННЯ АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ						
6.1.	Маркетинг як інструменту ринкового господарства	12	2	4		6
6.2.	Продюсування проєктів аудіовізуальної	16	4	4		8

	сфери						
	Модульний контроль	2				2	
	Разом за модуль 6	30	6	8		2	14
МОДУЛЬ 7. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОДЮСУВАННЯ							
7.1.	Нормативно-правова база продюсера	16	4	4			8
7.2.	Правові відносини з авторами	12	3	3			6
	Модульний контроль	2				2	
	Разом за модуль 7	30	7	7		2	14
МОДУЛЬ 8. РЕКЛАМА В ПРОДЮСУВАННІ АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ							
8.1.	Організація реклами аудіовізуальної продукції	14	4	4			6
8.2.	Рекламна діяльність продюсера	14	3	3			8
	Модульний контроль	2				2	
	Разом за модуль 8	30	7	7		2	14
МОДУЛЬ 9. ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА РЕКЛАМНИХ ФІЛЬМІВ							
9.1.	Розробка проєкту рекламного ролика	14	2	4			8
9.2.	Виробництво рекламного ролику	14	4	4			6
	Модульний контроль	2				2	
	Разом за модуль 9	30	6	8		2	14
	<i>Разом за 8 семестр</i>	<i>150</i>	<i>32</i>	<i>38</i>		<i>10</i>	<i>70</i>
	Разом з дисципліни	270	60	66		18	126
Підсумковий контроль		Екзамен					

для заочної форми навчання

№ з/п	Назва розділу і теми	Кількість годин				
		заочна форма				
		усьог	у тому числі			
л	с		п	м.к.	с.р.	
7 семестр						
МОДУЛЬ 1. ВИНИКНЕННЯ І РОЗВИТОК АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ СФЕРИ						
1.1.	Компетентнісна актуальність навчальної дисципліни	4,25	0,25			4
1.2.	Виникнення і розвиток продюсування	13	0,5	0,5		12
1.3.	Організаційні компоненти продюсування	12,75	0,25	0,5		12
	Модульний контроль					
	Разом за модуль 1	30	1	1		28
МОДУЛЬ 2. ПРОДЮСЕР І УПРАВЛІННЯ						
2.1.	Продюсер і його команда як найважливіші складові ринкового механізму	14	1	1		12
2.2.	Управління шоу-проєктом	15	1	1		13
	Модульний контроль	1				1
	Разом за модуль 2	30	2	2		25
МОДУЛЬ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ СФЕРИ						
3.1.	Розробка аудіовізуальних проєктів	9	0,5	0,5		8
3.2.	Бізнес-план	10	1	1		8

3.3.	Методи оцінки аудіовізуальних проєктів	11	0,5	0,5			10
	Модульний контроль						
	Разом за модуль 3	30	2	2			26
МОДУЛЬ 4. ВИРОБНИЦТВО АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ							
4.1.	Творчо-постановочна діяльність продюсера	14	1	1			12
4.2.	Звукове вирішення фільму	15	1	1			13
	Модульний контроль	1				1	
	Разом за модуль 4	30	2	2		1	25
	<i>Разом за 7 семестр</i>	<i>120</i>	<i>7</i>	<i>7</i>		<i>2</i>	<i>104</i>
8 семестр							
МОДУЛЬ 5. ПІДПРИЄМНИЦТВО В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ							
5.1.	Сутність і цілі підприємництва	14	1	1			12
5.2.	Особливості підприємництва у сфері культури. Джерела фінансування аудіовізуальної сфери	16	1	1			14
	Модульний контроль						
	Разом за модуль 5	30	2	2			26
МОДУЛЬ 6. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОСУВАННЯ АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ							
6.1.	Маркетинг як інструменту ринкового господарства	14	1	1			12
6.2.	Продюсування проєктів аудіовізуальної сфери	16	1	1			14
	Модульний контроль						
	Разом за модуль 6	30	2	2			26
МОДУЛЬ 7. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОДЮСУВАННЯ							
7.1.	Нормативно-правова база продюсера	14	0,5	0,5			13
7.2.	Правові відносини з авторами	15	0,5	0,5			14
	Модульний контроль	1				1	
	Разом за модуль 7	30	1	1		1	27
МОДУЛЬ 8. РЕКЛАМА В ПРОДЮСУВАННІ АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ							
8.1.	Організація реклами аудіовізуальної продукції	13,5	0,5	1			12
8.2.	Рекламна діяльність продюсера	16,5	0,5	1			15
	Модульний контроль						
	Разом за модуль 8	30	1	2			27
МОДУЛЬ 9. ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА РЕКЛАМНИХ ФІЛЬМІВ							
9.1.	Розробка проєкту рекламного ролика	14	0,5	1			12,5
9.2.	Виробництво рекламного ролику	15	0,5	1			13,5
	Модульний контроль	1				1	
	Разом за модуль 9	30	1	2		1	26
	<i>Разом за 8 семестр</i>	<i>150</i>	<i>9</i>	<i>9</i>		<i>2</i>	<i>132</i>
	Разом з дисципліни	270	14	16		4	236
Підсумковий контроль		Екзамен					

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МОДУЛЬ 1. ВИНИКНЕННЯ І РОЗВИТОК АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ СФЕРИ

Тема 1.1. КОМПЕТЕНТІСНА АКТУАЛЬНІСТЬ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Анотація до лекції 1.1.

Актуальність навчальної дисципліни «Аудіовізуальне продюсування», її роль і значення в професійному становленні. Мета й основні завдання навчальної дисципліни. Навчальна дисципліна в процесі формування інтегральних, загальних і спеціальних (фахових) компетентностей. Програмні результати навчання.

Змістовні модулі, тематичний план лекційних занять, завдання для практичних занять і самостійної роботи. Методика оцінювання запропонованих у дисципліні видів навчальної та практичної роботи. Теми для проєктної презентації.

План

1. Актуальність навчальної дисципліни «Аудіовізуальне продюсування», її роль і значення у професійному становленні звукорежисерів.
2. Мета й основні завдання навчальної дисципліни.
3. Набуті при засвоєнні запропонованого навчального матеріалу компетентності.
4. Тематичний план і методика оцінювання.

Тема 1.2. ВИНИКНЕННЯ І РОЗВИТОК ПРОДЮСУВАННЯ

Анотація до лекції 1.2.

Продюсування як форма з'єднання культуротворчого продукту і споживача. Основні завдання та зміст продюсерської діяльності. Історичні передумови виникнення та розвитку продюсерської діяльності. Виникнення і розвиток аудіовізуальної сфери.

План

1. Продюсування як особливий вид творчої діяльності.
2. Виникнення та етапи розвитку вітчизняного продюсування.
3. Виникнення та етапи розвитку продюсування у США.
4. Перші продюсери Голівуду: універсальне і специфічне в їх творчості.
5. Відомі українські продюсери.
6. Продюсування в сучасній Україні.
7. Особливість музичного продюсування.
8. Продюсування і піар у театральній сфері.

Література: 1, 2, 6, 8–10, 12, 15.

Семінарське заняття до теми 1.2.

Мета: сформувати знання про продюсерську діяльність; визначити основні етапи становлення професії продюсер; охарактеризувати основні завдання та зміст продюсерської діяльності.

Завдання.

1. Написати реферат на теми:
 - Поняття «продюсер» і «продюсерська діяльність».
 - Організаційні компоненти *продюсування*.
 - Комунікативне утворення фахівців індустрії розваг.
2. Визначте основні напрями продюсерської діяльності в кіноіндустрії.

Література: 1, 2, 6, 8–10, 12, 15.

Завдання для самостійної роботи до теми 1.2.

1. Опрацювати літературу.
2. Написати есе на тему «Охарактеризувати «продюсування» як форму з'єднання культуротворчого продукту і споживача в майбутньому».

Література: 1, 2, 6, 8–10, 12, 15.

Тема 1.3. ОРГАНІЗАЦІЙНІ КОМПОНЕНТИ ПРОДЮСУВАННЯ

Анотація до лекції 1.3.

Роль і значення продюсерських центрів як організацій, що здійснюють повноцінні промоушн-кампанії (промоушен – англ. *promotion* – просування, стимулювання), просування товарів і послуг до кінцевого споживача. Діяльність компанії зі стимулювання споживача до здійснення покупки різноманітних медіапродуктів.

План

1. Роль і значення продюсерських центрів.
2. Організація проведення фестивалів, конкурсів.
3. Організація проведення телевізійних і шоу-програм концертів та масових культурних заходів.
4. Організація гастролей виконавців, прокату зарубіжних фільмів тощо.
5. Організація гастролей музичних груп і театральних колективів усередині країни, внутрішнього кінопрокату тощо.
6. Створення, розробка і підтримка звукової та відеореклами, «розкрутка» рекламних кампаній.
7. Підтримка початкових творчих проєктів.
8. Продюсування бізнесу, комерційних організацій.

Семінарське заняття до теми 1.3.

Мета: охарактеризувати основні складові організації проведення фестивалів, конкурсів, шоу-програм. Етапи організації та постановки заходів.

Завдання: підготувати реферат на тему: «Етапи організації та постановки заходів».

- виникнення творчого задуму;
- пошук джерел фінансування;
- формування режисерсько-постановочної групи;
- вирішення організаційних питань;
- здійснення замислу.

Література: 1, 2, 4–6, 9–14.

Завдання для самостійної роботи до теми 1.3

1. Опрацювати літературу.
2. Підготувати доповідь на тему «Продюсерський центр – організація, що займається створенням та просуванням, творчих, комерційних проєктів із метою отримання прибутку».

Література: 1, 2, 4–6, 9–14.

МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 1

Модульна контрольна робота здійснюється у формі письмових відповідей на запитання за темами, які були розглянуті. Оціночний результат контрольної роботи – від 0 до 3-х балів.

МОДУЛЬ 2 . ПРОДЮСЕР І УПРАВЛІННЯ

Тема 2.1. ПРОДЮСЕР І ЙОГО КОМАНДА ЯК НАЙВАЖЛИВІШІ СКЛАДОВІ РИНКОВОГО МЕХАНІЗМУ

Анотація до лекції 2.1.

Сформувати знання про творчі й організаційні аспекти продюсування. Визначити основні напрями продюсерської діяльності. Ознайомитися з компонентами продюсерської діяльності та функціональними ролями продюсера.

План

1. Сутність і специфіка професії продюсер.
2. Професійні якості продюсера.
3. Поняття «роль» у продюсерській діяльності.
4. Функції та ролі продюсера.
5. Види і типи ролей, їх синтез.
6. Репутація продюсера: сутність і складові.
7. Склад команди продюсера, її роль і значення.

Семінарське заняття до теми 2.1.

Мета: сформувати знання про функціональні ролі продюсера. Охарактеризувати основні функції продюсера у ролевій структурі.

Завдання: написати реферати на теми:

1. Продюсер – лідер.
2. Продюсер – менеджер.

3. Продюсер –підприємець.
4. Продюсер – дослідник – прогнозист.
5. Продюсер – креативщик.
6. Продюсер – наставник.
7. Продюсер – дипломат.
8. Продюсер – постачальник.
9. Продюсер – організатор збуту.
10. Продюсер – комерсант-фінансист.
11. Продюсер – інформаційний агент.

Література: 1–4, 7–13.

Завдання для самостійної роботи до теми 2.1.

1. Опрацювати літературу.
2. Підготувати доповідь на тему: «Склад команди продюсера, її роль і значення».

Література: 1–4, 7–13.

Тема 2.2. УПРАВЛІННЯ ШОУ-ПРОЄКТОМ

Анотація до лекції 2.2.

Що таке проєкт?

Що таке управління проєктами?

Життєвий цикл проєкту. Ролі у проєкті. Методи ефективного управління.

План

1. Замовник проєкту.
2. Команда проєкту.
3. П'ять важливих параметрів роботи: обсяг робіт, якість, термін, вартість, ризику.
4. Життєвий цикл проєкту: визначення цілей проєкту; планування проєкту та рішення про те, як він виконуватиметься; реалізація проєкту та досягнення його результатів; перевірка відповідності результатів вихідним цілям; завершення проєкту та використання результату.
5. Стили управління шоу-проєктом.
6. Формальне та неформальне управління.
7. Мотивація.
8. Методи ефективного управління.
9. Влада в управлінні шоу-бізнесом.

Семінарське заняття до теми 2.2.

Мета: сформувати знання про управління та здійснення медіапроєкту. Управління творчим «Я» виконавців медіапроєктів.

Завдання: підготувати реферати на теми:

1. Механізми запуску та просування ідеї у створенні медіапроєкту .

2. Договірна основа співпраці з творчими одиницями.
3. Психологічні аспекти та методи управління творчими процесами.

Література: 1, 2, 4, 8–14, 18.

Завдання для самостійної роботи до теми 2.2.

Практичні завдання

1. Опрацювати літературу.
2. Підготувати доповідь на тему: «Авторитет і престиж продюсера як основа керівництва».

Література: 1, 2, 4, 8–14, 18.

МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 2

Модульна контрольна робота здійснюється у формі письмових відповідей на запитання за темами, які були вже розглянуті за модулем. Оціночний результат контрольної роботи від 0 до 3-х балів.

МОДУЛЬ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ СФЕРИ

Тема 3.1. РОЗРОБКА АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ПРОЄКТІВ

Анотація до лекції 3.1.

Типологія культурних проєктів за цілями: створення духовних цінностей і творів мистецтва; відновлення втраченого надбання; пошук доказів тих чи інших гіпотез, міфів, подій в історії; за формами кінцевого продукту: аудіовізуальні, пов'язані зі створенням і розміщенням аудіовізуальної продукції.

План

1. Типологія і класифікація культурних проєктів.
2. Сутність і цілі культурних проєктів.
3. Оцінка цілей і завдань проєкту.
4. Класифікація аудіовізуальних проєктів.
5. Інтернет-проєкти.
6. Проєкти в галузі кіно та телебачення.
7. Художньо-дизайнерські (створення та реставрація художніх цінностей, колекцій одягу, ювелірних виробів тощо).
8. Сценічні (створення театральної, естрадної, циркової антрепризи, шоу-проєкти, фестивалі).
9. Поліграфічні (видання книг, періодики іншої поліграфічної продукції);
10. Реставраційні (відновлення пам'яток історії, релігії, культури).
11. Експериментальні (пошук доказів або постановка експерименту з підтвердження історичних гіпотез).

Семінарське заняття до теми 3.1.

Мета: аудиторія медіа. Визначення характеристик аудиторії: соціально-демографічні, ментальні.

Завдання: написати реферати на теми «Класифікація культурних проєктів».

Розрізнення проєктів *за значимістю:*

- загально гуманітарні – що мають значення для людства
- Федеральні проєкти – створення міжрегіональних, міжрелігійних і міжетнічних зв'язків
- національні – збереження культурних традицій, духовного багатства та мови народів, підтримка літературних, музичних традицій, фольклору
- регіональні та міські – відновлення первісного вигляду міст, фестивалі, гастролі
- приватні проєкти – збори, колекції, заснування видавничих будинків і установ культури, продюсерських фірм тощо

Розрізнення проєктів *за структурою:*

- моно-проєкт
- мульти-проєкт
- мега-проєкт
- наприклад: гурток в'язання, центр дитячої творчості, міжнародний фестиваль «Діти проти терору»

Розрізнення проєктів *за тривалістю:*

- подія;
- періодичний;
- постійно діючий.

Література: 1, 2, 7, 9–11, 13, 15, 19.

Завдання для самостійної роботи до теми 3.1.

1. Опрацювати літературу.
2. Написати реферат на тему: «Аналіз аудиторії методом персонажів, використання дизайн-підходів, методики Jobs to be done».

Література: 1, 2, 7, 9–11, 13, 15, 19.

Тема 3.2. БІЗНЕС-ПЛАН

Анотація до лекції 3.2.

Поняття «бізнес-план». Оцінка загального становища. Постановка цілей. Елементи плану. Кошторис і бізнес-план робіт із підготовки та реалізації аудіовізуального проєкту. Кошторис витрат на проведення робіт – основа практичної діяльності продюсера.

План

1. Бізнес-план телепроєкту.
2. Опис телекомпанії.
3. Опис телепродукту.

4. Опис телеринку.
5. Стратегія маркетингу телепродюсера.
6. Виробнича діяльність.
7. Фінансовий план телепроєкту.
8. Врахування ризиків.

Семінарське заняття до теми 3.2

Мета: аудиторія медіа. Визначення характеристик аудиторії: соціально-демографічні, ментальні.

Завдання: написати реферати на задані теми.

1. Методичні засади ведення переговорів;
2. Етапи підготовки до бесіди: аналіз інформації про партнера, виявлення альтернатив, аналіз проблеми, розробка стратегії переговорів, визначення можливих варіантів вирішення, можливих аргументованих пропозицій, встановлення робочих відносин із передбачуваним партнером;
3. Етапи ведення ділової розмови;
4. Підходи до переговорів, прийоми;
5. Пакет документів із підготовки та проведення ділової бесіди.

Література: 3, 4, 6, 8–10, 13, 15, 17, 20.

Завдання для самостійної роботи до теми 2.3.

1. Опрацювати запропоновану літературу.
2. Підготувати доповідь на тему: «Пакет документів із підготовки та проведення ділової бесіди».

Література: 3, 4, 6, 8–10, 13, 15, 17, 20.

Тема 3.3. МЕТОДИ ОЦІНКИ АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ПРОЄКТІВ

Анотація до лекції 3.3.

Значення заходів з управління ризиками в продюсерській діяльності. Аналіз ризиків. Розробка планів реагування. Основний зміст програми управління ризиками. Організація управління ризиками. Процес управління ризиками. Підтримка запланованого рівня витрат як основа управління ризиками в продюсерському проєкті. Фінансова стабільність проєкту.

План

1. Ризики як об'єкт теорії та практики управління.
2. Значення діяльності з управління ризиками в продюсерській діяльності.
3. Чисті та спекулятивні ризики.
4. Оцінка ступеня впливу чистих ризиків.
5. Види витрат і їх аналіз.
6. Особливості управління ризиками в продюсерській діяльності.
7. Основні категорії схильності до ризиків у продюсерській діяльності.
8. Інструментарій керування ризиками.
9. Основні етапи розробки та реалізації програми управління ризиками.

Семінарське заняття до теми 3.3.

Мета: охарактеризувати 4 етапи керування ризиками.

Завдання: написати реферати на задані теми.

1. Ідентифікація. Виявити ризики, які можуть стати на заваді цілям проєкту.
2. Аналіз. Визначити, які з виявлених ризиків найнебезпечніші.
3. Планування. Спланувати найнебезпечніші ризики.
4. Моніторинг і контроль. Підтримувати план проєкту та список ризиків в актуальному стані.

Завдання для самостійної роботи до теми 3.3.

1. Опрацювати запропоновану літературу.
2. Підготувати доповідь на тему: «Види страхового риск-менеджменту в аудіовізуальній сфері».

Література: 1, 2, 6, 8, 9, 12, 13, 15, 17, 21.

МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 3

Модульна контрольна робота здійснюється у формі письмових відповідей на запитання за темами, які були розглянуті. Оціночний результат контрольної роботи – від 0 до 3-х балів.

МОДУЛЬ 4. ВИРОБНИЦТВО АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Тема 4.1. ТВОРЧО-ПОСТАНОВОЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОДЮСЕРА

Анотація до лекції 4.1.

Формування концепції. Роль продюсера у пошуку ідеї проєкту, її зародженні, формуванні. Роль сценарію у творчому процесі. Створення команди. Генерація ідеї. Дослідження. Етапи створення сценарію. Розподіл ролей. Контроль над творчим процесом. Основні етапи продакшну. Команда продакшну. Етап «препродакшн» у створенні аудіовізуального твору. Виклики продакшну.

План

1. Завдання продюсера з розробки аудіовізуального проєкту.
2. Творчо-постановочна діяльність продюсера.
3. Сценарне забезпечення творчих задумів (програм).
4. Пошук теми і жанру кінопроєкту.
5. Етапи роботи продюсера зі сценарієм.
6. Купівля ідеї.
7. Режисерсько-постановочний задум, його реалізація, екшн.
8. Формування сценарної заявки.
9. Етап «продакшн» у створенні аудіовізуального твору.
10. Етап «постпродакшн» у створенні аудіовізуального твору.
11. Подання фестивальных заявок.

Семінарське заняття до теми 4.1.

Мета: сформувати знання про основні завдання продюсера з розробки аудіовізуального проєкту.

Завдання: написати реферат на зазначені теми.

1. Що таке сценарій?
2. Структура побудови тематичного матеріалу.
3. Основні жанри культурно-масової роботи.
4. Сценарне забезпечення творчих задумів продюсера, вибір партитури звуку, світла, феєрверків.
5. Формування постановочної групи, конкурсний відбір учасників, кастинг.

Література: 1, 3, 6, 8–15, 17.

Завдання для самостійної роботи до теми 4.1.

1. Опрацювати запропоновану літературу.
2. Підготувати доповідь на тему: «Види планів у продюсуванні. Виробничий план. Фінансовий план».

Література: 1, 3, 6, 8–15, 17.

Тема 4.2. ЗВУКОВЕ ВИРІШЕННЯ ФІЛЬМУ

Анотація до лекції 4.2.

Природа звукового кіно, його естетика. Засоби звукової виразності. Звукове вирішення фільму як реалізація авторського задуму – основної ідеї фільму.

План

1. Звукове вирішення фільму.
2. Засоби звукової виразності.
3. Музика.
4. Закадрова музика.
5. Шуми.
6. Закадрові та внутрішньо кадрові шуми.
7. Натуральні й імітовані шуми.

Семінарське заняття до теми 4.2.

Мета: навчитися аналізувати засоби звукової виразності (мова, музика) для звукового вирішення фільму.

Завдання.

1. Підібрати уривок з кінофільму, в якому яскраво виражена внутрішньо кадрова мова.
2. Підібрати уривок з кінофільму, в якому яскраво виражена закадрова мова.
3. Підібрати уривок з кінофільму, в якому яскраво виражені зміни характеристик голосу актору (голос може зірватися, охрипнути, дрижати, перебої у дихання тощо).

4. Підібрати уривок із кінофільму, в якому яскраво виражено застосування внутрішньо кадрової музики.
5. Підібрати уривок із кінофільму, в якому яскраво виражено застосування закадрової музики.
6. Підібрати уривок із кінофільму, в якому яскраво виражений контрапункт (протипоставлення зображення музиці).
7. Підібрати уривки з кінофільму, в яких яскраво виражений лейтмотив героя або події. Для того, щоб зрозуміти, що перед нами лейтмотив, слід підібрати не менш ніж 2 епізоди з одного фільму, в яких простежується одна музична тема.

Лейтмотив варіюється і транспонується по ходу фільму, може звучати як в мажорі, так і в мінорі. Може звучати в оркестровому або у вокальному виконанні зі зміною темпоритму.

Оформлення та рекомендації. Необхідно підібрати уривки, у яких яскраво виражено використання засобів виразності, з метою пояснити значення використання цих засобів у певному вибраному епізоді. Тобто студент показує уривок із фільму і пояснює усно аудиторії, яка роль певного засобу в конкретному епізоді. (Висновки до уривків готують заздалегідь, а не на показі).

У заключній частині роботи обов'язково наявність списку використаних джерел, алгоритму пошуку матеріалу по темі проєкту, а також обґрунтування технологічних рішень, зроблених творцем проєкту, і аналіз досягнутих результатів.

Література: 1, 3, 4, 6, 8–10, 12, 14, 15, 19.

Семінарське заняття до теми 4.2

Мета: навчитися аналізувати засоби звукової виразності (шуми, тиша та паузи) для звукового вирішення фільму.

Завдання.

1. Підібрати уривок із кінофільму, в якому яскраво виражені внутрішньо кадрові шуми.
2. Підібрати уривок з кінофільму, в якому яскраво виражені закадрові шуми.
3. Підібрати уривок із кінофільму, в якому яскраво виражений контрапункт (протипоставлення зображення шумам).
4. Підібрати уривок із кінофільму, в якому яскраво виражена пауза.
5. Підібрати уривок із кінофільму, в якому яскраво виражена тиша.

Оформлення та рекомендації. Необхідно підібрати уривки, у яких яскраво виражено використання засобів виразності, з метою пояснити значення використання цих засобів у певному вибраному епізоді. Тобто студент показує уривок з фільму і пояснює усно аудиторії, яка роль цього засобу в конкретному епізоді. (Висновки до уривків готуються заздалегідь, а не на показі).

У заключній частині роботи обов'язково наявність списку використаних джерел, алгоритму пошуку матеріалу по темі проєкту, а також обґрунтування технологічних рішень, зроблених творцем проєкту, і аналіз досягнутих результатів.

Література: 1, 3, 4, 6, 8–10, 12, 14, 15, 19.

Завдання для самостійної роботи до теми 4.2.

1. Опрацювати запропоновану літературу.
2. Підготувати доповідь на тему: «Звукове вирішення фільмів різних жанрів».

Література: 1, 3, 4, 6, 8–10, 12, 14, 15, 19.

МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 4

Модульна контрольна робота здійснюється у формі письмових відповідей на запитання за темами, які були розглянуті. (Оціночний результат контрольної роботи – від 0 до 3-х балів).

МОДУЛЬ 5. ПІДПРИЄМНИЦТВО В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Тема. 5.1. СУТНІСТЬ І ЦІЛІ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Анотація до лекції 5.1.

Передумови становлення і розвитку ринкової економіки. Сутність і цілі підприємництва. Види підприємництва. Класифікація видів підприємництва. Взаємодія між видами підприємництва. Підприємництво в умовах конкуренції. Стратегії виживання в умовах конкуренції. Хто може бути суб'єктом підприємницької діяльності? Фактори, що впливають на розвиток підприємництва. Роль держави в підтримці МСБ. Основні напрями державної підтримки МСБ в Україні. Основні напрями підприємництва в аудіовізуальній сфері. Види діяльності звукорежисера у процесі створення аудіовізуальної продукції.

План

1. Сутність і цілі підприємництва.
2. Суб'єкти підприємницької діяльності.
3. Види підприємництва та їх взаємодія.
4. Розвиток малого підприємництва.
5. Основні напрями підприємництва в аудіовізуальній сфері.
5. Робота звукорежисера у процесі створення аудіовізуальної продукції: магія звуку на екрані.
6. Державне регулювання та підтримка малого і середнього підприємництва в Україні.
7. Регіональна інфраструктура підтримки малого підприємництва.

Семінарське заняття до теми 5.1

Мета: ознайомитися з функціями підприємництва в шоу індустрії.

Завдання: написати реферат на задані теми.

1. Функції підприємництва в шоу індустрії .
2. Ефективність креативних рішень в умовах конкуренції.
3. Види конкуренції в шоу-бізнесі.
4. Життєвий цикл музичного проєкту.
5. Як почати свій бізнес в аудіовізуальній сфері.

6. Чому аудіовізуальна сфера приваблива для підприємців?
7. Перспективи професії звукорежисера.

Література: 3, 4, 6–10, 13, 14, 20.

Завдання для самостійної роботи до теми 5.1

1. Опрацювати запропоновану літературу.
2. Підготувати доповідь на тему: «Визначення перспективних напрямів розвитку малого підприємництва та пріоритетних видів діяльності для суб'єктів малого підприємництва».

Література: 3, 4, 6–10, 13, 14, 20.

Тема. 5.2. ОСОБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ КУЛЬТУРИ. ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ СФЕРИ

Анотація до лекції 5.2.

Підприємницька діяльність як форма фінансування продюсерських проєктів. Види культурного підприємництва. Форми підприємницької діяльності у сфері продюсування. Залучення коштів як основна складова діяльності продюсера. Джерела фінансування. Внутрішні та зовнішні джерела фінансування. Пошук джерел фінансування. Варіанти фінансування. Інвестиції. Управління ресурсами Копродюсування. Переваги копродюсування. Етапи копродюсування.

План

1. Формування матеріально-технічної бази аудіовізуальної сфери.
2. Джерела фінансування аудіовізуальної сфери: бюджетне та позабюджетне фінансування.
3. Схема фінансування продюсерських проєктів.
4. Альтернативні форми фінансування продюсерських проєктів.
5. Організація лізингу основних засобів.
6. Фандрайзінг.
7. Product placement як форма фінансування аудіовізуальних проєктів.
8. Управління ризиками в системі управління продюсерською діяльністю.
9. Підтримка держави. Податки.
8. Особливості використання фінансових коштів.

Семінарське заняття до теми 5.2

Мета: навчитися аналізувати способи пошуку джерел для фінансування аудіовізуальних проєктів.

Завдання.

1. Зробити аналіз діяльності трьох благодійних фондів (за вибором викладача або студента).
2. Як необхідну інформацію про донора з'ясувати щорічний грантовий фонд, кількість отриманих грантів, їх розміри.
3. Визначити основні пріоритетні напрями програм донора.
4. Вивчити вимоги до написання заявки на отримання гранту.

5. Скласти заявку на отримання гранту для свого авторського проєкту.
 6. Короткий опис задуманого аудіовізуального проєкту (кінопроєкту, театрального проєкту, музичного проєкту тощо).
- Література: 1, 6, 8–10, 12, 13, 16, 17, 19.*

Завдання для самостійної роботи до теми 5.2

1. Опрацювати запропоновану літературу.
2. Підготувати реферат на тему: «Гранти на виробництво аудіовізуальних проєктів».

Література: 1, 6, 8–10, 12, 13, 16, 17, 19.

МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 5

Модульна контрольна робота здійснюється у формі письмових відповідей на запитання за темами, які були розглянуті. Оціночний результат контрольної роботи – від 0 до 3-х балів.

МОДУЛЬ 6. МАРКЕТИНГ І ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОСУВАННЯ АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Тема. 6.1. МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТУ РИНКОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Анотація до лекції 6.1.

Сутність, цілі та завдання маркетингу. Характеристика сучасних тенденцій споживання аудіовізуальної продукції. Структура використання аудіовізуальної продукції. Сучасні тенденції споживання аудіовізуальної продукції на телебаченні. Характеристика глядацьких уподобань. Структура споживання аудіовізуальної продукції. Розробка стратегії просування аудіовізуальних творів.

План

1. Сутність маркетингу як інструменту ринкового господарства.
2. Функції маркетингу та його види.
3. Кіномаркетинг.
4. Маркетинг музичних проєктів.
5. Організація маркетингу на кінопідприємстві.
6. Вдосконалення системи просування аудіовізуальної продукції.

Семінарське заняття до теми 6.1

Мета: познайомитися з основними принципами маркетингу кіно та звукозапису музичних проєктів. Сформувані поняття про знання і сегментацію ринку аудіовізуальної продукції.

Завдання: підготувати реферат за вказаними темами.

1. Процес і дизайн маркетингового дослідження.
2. Методи отримання й обробки маркетингової інформації.

3. Методика прогнозування маркетингової діяльності.
4. Бенчмаркин як функція маркетингових досліджень.
5. Діагностика конкурентного середовища у системі маркетингу.

Завдання для самостійної роботи до теми 6.1

1. Опрацювати запропоновану літературу.
2. Підготувати доповідь на тему: «Маркетинг: цільова аудиторія, комунікація цінностей, підходи до позиціонування, бюджет, експертиза, програмування, дизайн, просування».

Література: 1, 3, 6, 8–10, 15–18, 21.

Тема. 6.2. ПРОДЮСУВАННЯ ПРОЄКТІВ АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ СФЕРИ

Анотація до лекції 6.2.

Класифікація аудіовізуальних проєктів. Види проєктів в аудіовізуальному продюсуванні. Поняття трансмедійного проєкту. Продюсування трансмедійних проєктів: технологічні перспективи. Майбутнє трансмедійних проєктів. Ключові етапи продюсування анімаційного фільму. Види телевізійних проєктів. Роль продюсера в Інтернет-проєкті. Виклики продюсування Інтернет-проєктів. Основні напрями продюсування в шоу-бізнесі. Роль продюсера в телевізійному проєкті. Види телевізійних проєктів. Виклики продюсування телевізійних проєктів. Основні завдання продюсера у сфері виконавчих мистецтв. Виклики продюсування соціально-культурних проєктів. Майбутнє продюсування соціально-культурних проєктів.

План

1. Продюсування трансмедійних проєктів: технологічні перспективи.
2. Продюсування анімаційних фільмів (на конкретному прикладі успішної реалізації).
3. Продюсування телевізійних проєктів.
4. Продюсування в кіноіндустрії.
5. Продюсування у сфері виконавчих мистецтв.
6. Продюсування Інтернет-проєктів.
7. Продюсування в шоу-бізнесі.
8. Продюсування соціально-культурних проєктів.

Семінарське заняття до теми 6.2

Мета: ознайомитися з основними стадіями продюсування проєктів.

Завдання: підготувати реферат за вказаними темами.

1. Ідея та концепція (проробка проєкту).
2. План (препродакшн).
3. Зйомки або запис (продакшн).
4. Готовий продукт (постпродакшн).
5. Завершення проєкту та просування.
6. Оцінка та аналіз.

Література: 1, 3, 4, 6, 8–10, 12, 13, 14, 18.

Завдання для самостійної роботи до теми 6.2

1. Опрацювати запропоновану літературу.
2. Підготувати реферат на тему: «Продюсування виробництва інформаційно-розважального контенту».

Література: 1, 3, 4, 6, 8–10, 12, 13, 14, 18.

МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 6

Модульна контрольна робота здійснюється у формі письмових відповідей на запитання за темами, які були розглянуті. Оціночний результат контрольної роботи – від 0 до 3-х балів.

МОДУЛЬ 7. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОДЮСУВАННЯ

Тема. 7.1. НОРМАТИВНО-ПРАВОВА БАЗА ПРОДЮСЕРА

Анотація до лекції 7.1.

Законодавча база підприємництва у сфері культури та мистецтва і правове регулювання продюсування. Основні законодавчі акти, що визначають статус продюсера. Конституція України. Цивільний кодекс України. Господарський кодекс України. Закон України «Про авторське право і суміжні права». Закон України «Про культуру». Закон України «Про кінематографію», Закон України «Про телебачення і радіомовлення», податкове законодавство. Продюсер як підприємець у сфері культури. Продюсер як юридична та фізична особа.

План

1. Загальні вимоги українського та міжнародного Законодавства до авторського права.
2. Застосування закону про продюсування.
3. Особливості правового режиму діяльності продюсера.
4. Відповідальність за порушення Законодавства України про авторське право та суміжні права.
5. Державне регулювання та державна підтримка культури в сучасних умовах.

Семінарське заняття до теми 7.1

Мета: ознайомити здобувачів із законодавством України «Про авторське та суміжні права».

Завдання:

1. Ознайомитися з головними нормативно-правовими актами, що регулюють діяльність авторського права, виявити випадки порушення окремих положень цих документів у практиці продюсування. Навести конкретні приклади порушень.

2. Опираючись на текст Закону «Про авторське та суміжні права», підготувати реферат із висвітленням таких питань:

- основні положення Закону про продюсерську діяльність?
 - якими нормами регулюються авторське та суміжні права?
- Література: 1, 6–11, 22–26.*

Завдання для самостійної роботи до теми 7.1.

1. Опрацювати запропоновану літературу.
 2. Підготувати доповідь на тему: «Володіння авторськими правами. Покупка авторських прав. Дозвіл на використання. Захист авторських прав».
- Література: 1, 6–11, 22–26.*

Тема. 7.2. ПРАВОВІ ВІДНОСИНИ З АВТОРАМИ

Анотація до лекції 7.2.

Продюсер й інші суб'єкти підприємницької діяльності в аудіовізуальній сфері. Авторське і суміжне право: ключові поняття для творчої індустрії. Об'єкти авторського права. Особисті немайнові та майнові права. Порушення авторського і суміжного права. Захист авторського і суміжного права. Роль авторських і суміжних прав у діяльності з виробництва та реалізації творчих проектів. Чим відрізняються виконавчі права від авторських? Важливість виконавчих прав. Захист виконавчих прав. Редактор по правам: охоронець інтелектуальної власності.

План

1. Поняття авторських прав, виняткових, невиняткових і суміжних.
2. Права на інтелектуальну власність, права на архівні матеріали, на використання кадрів із художніх творів, права на музику.
3. Виконавчі права на класичну музику, на вірші, на фотографії, права на використання голосу диктора тощо.
4. Збір необхідної документації перед зйомками – розписки, договори з учасниками зйомочного процесу.
5. Договори з артистами.
6. Управління ризиками у продюсерській діяльності.
7. Правові та нормативні документи, що необхідні продюсеру.
8. Редактор по правам.
9. Досвід зарубіжних компаній.

Семінарське заняття до теми 7.2

Мета: ознайомитися з головними нормативно-правовими актами, що регулюють діяльність авторського права.

Завдання: підготувати реферат, де розкрити такі питання:

- авторське право: сутність, значення, зміст
- принципи авторського права
- авторський договір – юридична основа функціонування шоу-бізнесу
- основні умови, передбачені авторським договором
- концепція службового твору. Особисті немайнові права (авторства,

- імені, оприлюднення, відкриття, захист репутації автора).
- основні носії суміжного права в аудіовізуальній сфері
 - творча група та технічний персонал.
- Література: 1, 6–10, 21–26.*

Завдання для самостійної роботи до теми 7.2

1. Опрацювати запропоновану літературу.
 2. Підготувати доповідь на тему: «Продюсерський договір з автором – учасником проекту та його основні положення».
- Література: 1, 6–10, 21–26.*

МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 7

Модульна контрольна робота здійснюється у формі письмових відповідей на запитання за темами, які були розглянуті. Оціночний результат контрольної роботи – від 0 до 3-х балів.

МОДУЛЬ 8. РЕКЛАМА В ПРОДЮСУВАННІ АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Тема 8.1. ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМИ АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Анотація до лекції 8.1.

Визначення поняття «реклама». Роль реклами в продюсуванні. Типи та функції реклами. Мета реклами. Класифікація видів і форм реклами. Складові успішної рекламної кампанії. Сучасні тренди в рекламі аудіовізуальних проєктів. Виклики в рекламі аудіовізуальних проєктів. Основні Інтернет-технології для просування аудіовізуальної продукції. Переваги використання Інтернет-технологій для просування. Привілеї та недоліки різних каналів маркетингових комунікацій. Як оцінити ефективність рекламних заходів? Інструменти для аналізу ефективності. Фактори, що впливають на ефективність рекламних заходів.

План

1. Роль і функції реклами аудіовізуальної продукції.
2. Основні види рекламних засобів.
3. Організація рекламних кампаній.
4. Рекламні комунікації в просуванні аудіовізуальної продукції.
5. Інтернет-технології в просуванні аудіовізуальної продукції.
6. Фінансування та ефективність рекламних заходів.

Семінарське заняття до теми 8.1

Мета: охарактеризувати способи аналізу ефективності реклами.

Завдання: підготувати реферат на запропоновані теми:

1. «Показники ефективності реклами»:

- на телебаченні;
 - на радіо;
 - у друкованих видавництвах;
 - зовнішньої реклами.
3. Методи виміру психологічної ефективності.
 4. Економічна ефективність реклами.
 5. Результати дослідження ефективної реклами.
- Література: 3, 4, 6, 8–10, 12, 13, 19, 21.*

Завдання для самостійної роботи до теми 8.1.

1. Опрацювати запропоновану літературу.
 2. Підготувати доповідь на тему: « Стил ь і дизайн реклами».
- Література: 3, 4, 6, 8–10, 12, 13, 19, 21.*

Тема 8.2. РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОДЮСЕРА

Анотація до лекції 8.2.

Реклама як один з основних засобів просування аудіовізуальних проєктів. Рекламна робота продюсера по втіленню аудіовізуального проєкту. Основні функції продюсера в рекламі. Розробка концепції. Бюджетування. Організація знімального процесу. Контроль якості. Паблік рілейшнз (PR). Чому PR важливий? Основні інструменти PR. Способи визначення затрат на рекламу. Різні методи розрахунку рекламних бюджетів. Оцінка ефективності рекламних заходів. Інструменти для аналізу ефективності. Елементи креативу у рекламі. Як створити ефективний креатив?

План

1. Рекламна діяльність продюсера.
2. Носії реклами або засоби її розповсюдження.
3. Організація промоушн в індустрії розваг.
4. Фінансування й ефективність рекламних заходів.
5. Договірне забезпечення культурно-досугових програм.
6. Паблік рілейшнз (PR).
7. Реклама та шоу-бізнес. Форми, особливості та строки реєстрації.
8. Креатив у рекламі.

Семінарське заняття до теми 8.2

Мета: ознайомитися зі сферою дії закону України про рекламу.

Завдання: написати реферат за заданими темами.

1. Загальні вимоги українського та міжнародного законодавства до реклами.
2. Мета законів про рекламу.
3. Основні закони.
4. Основні вимоги до реклами.
5. Особливості розповсюдження реклами в телепрограмах і телепередачах.
6. Види діяльності, на які не розповсюджуються закони про рекламу.

Література: 3, 4, 6, 8–10, 12, 13, 19, 20.

Завдання для самостійної роботи до теми 8.2

1. Опрацювати запропоновану літературу.
2. Підготувати есе на тему: «Відповідальність за порушення законодавства України про рекламу».

Література: 3, 4, 6, 8–10, 12, 13, 19, 20.

МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 8

Модульна контрольна робота здійснюється у формі письмових відповідей на запитання за темами, які були розглянуті. Оціночний результат контрольної роботи – від 0 до 3-х балів.

МОДУЛЬ 9. ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА РЕКЛАМНИХ ФІЛЬМІВ

Тема 9.1. РОЗРОБКА ПРОЄКТУ РЕКЛАМНОГО РОЛИКА

Анотація до лекції 9.1.

Види рекламних роликів: огляд і приклади. Проектування та технології виробництва рекламного продукту. Визначення мети та цільової аудиторії. Створення концепції. Основна ідея. Візуальний стиль. Музичний супровід. Розробка сценарію. Діалоги. Описи кадрів. Звукові ефекти. Основні компоненти постановки завдання рекламному агентству. Основні фактори, що впливають на вартість рекламного ролика. Телевізійна реклама: поняття особливості. Характеристика основних видів телевізійної реклами. Основні критерії вибору студії.

План

1. Види рекламних роликів: огляд і приклади.
2. Особливості розробки проєкту рекламного ролика.
3. Постановка завдання рекламному агентству.
4. Визначення вартості створення рекламних відеороликів.
5. Функції продюсера рекламного агентства при розробці рекламного ролика.
6. Вибір режисера.
7. Вибір виробничої студії.

Семінарське заняття до теми 9.1.

Мета: ознайомитися з різними типами рекламних роликів згідно їх призначення.

Завдання.

1. Підібрати приклади рекламних роликів за призначенням (іміджева реклама, рекламний ролик, проморолик).
2. У заключній частині роботи обов'язково має бути список використаних джерел, алгоритм пошуку матеріалу по темі проєкту, а також обґрунтування технологічних рішень, зроблених творцем проєкту, і аналіз

досягнути хрезультатів.

За підсумками підготовлених проєктів передбачається проведення презентації робіт здобувачів та їх обговорення.

Література: 3, 4, 6, 8–10, 15, 17, 19.

Завдання для самостійної роботи до теми 9. 1.

1. Опрацювати запропоновану літературу.
2. Підготувати реферат на тему: «Яку рекламу можна вважати успішною, а яку невдалою? Наведіть приклад з життя.

Література: 3, 4, 6, 8–10, 15, 17, 19.

Тема 9.2. ВИРОБНИЦТВО РЕКЛАМНОГО РОЛИКА

Анотація до лекції 9.2.

Створення концепції рекламного звернення. Визначення цілей комунікації. Постановка загальних і приватних цілей комунікації. Характеристика етапів створення рекламного ролика. Процес виробництва. Розробка концепції. Написання сценарію. Важливі аспекти виробництва. Основні етапи підготовчого періоду. Візуалізація ідеї. Підготовка до зйомки. Зйомка. Постпродакшн. Озвучування. Фінальна зборка. Особливості монтажно-тонувального періоду. Види рекламних роликів.

План

1. Розрахунок кошторисної вартості.
2. Основні етапи виробництва рекламного ролика.
3. Підготовчий період (pre-production).
4. Створення ескізів.
5. Зйомочний період.
6. Монтажно-тонувальний період.
7. Виплати та розрахунки.

Семінарське заняття до теми 9.2

Мета: ознайомитися з різними типами рекламних роликів згідно їх призначення.

Завдання.

1. Підібрати приклади рекламних роликів за форматом:
 - (думка користувача про продукт (testimonial));
 - представлення продукту;
 - анімація;
 - зірка (Celebrity);
 - демонстрація продукту (Product demo).

Провести їх аналіз та визначити, яким цілям відповідає кожний ролик і як він впливає на певні групи людей.

Сформувати презентацію із наведених вище тем.

У заключній частині роботи обов'язково має бути список використаних

джерел, алгоритм пошуку матеріалу по темі проєкту, а також обґрунтування технологічних рішень, зроблених творцем проєкту, і аналіз досягнутих результатів.

За підсумками підготовлених проєктів передбачається проведення презентації робіт здобувачів та їх обговорення.

Література: 4–6, 8–12, 17, 19, 21.

Завдання для самостійної роботи до теми 9.1.

1. Опрацювати запропоновану літературу.
2. Підготувати реферат на тему: « Виробництво рекламного продукту для мережі Інтернет».

Література: 4–6, 8–12, 17, 19, 21.

МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 9

Модульна контрольна робота здійснюється у формі письмових відповідей на запитання за темами, які були вже розглянуті за модулем № 9. Оціночний результат контрольної роботи – від 0 до 3-х балів.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність відповідей на запитання за темами, які розглядаються в кожному модулі.

Рейтингова оцінка, бали	Критерії оцінки
2–3	Правильні відповіді на 90% або більше усіх запитань модульної контрольної роботи
1–2	Правильні відповіді на 75% усіх запитань модульної контрольної роботи з незначними помилками.
0–1	Правильні відповіді на 65% усіх запитань модульної контрольної роботи з незначними помилками

ВИМОГИ ДО СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Семінарські заняття є невід'ємною частиною дисципліни «Аудіовізуальне мистецтво», такі заняття ефективно розвивають творчу самостійність здобувачів, формують стійкий інтерес до дослідницької діяльності. Семінарські заняття дозволяють на практиці засвоювати методіку наукової роботи, отримувати навички ведення аргументованої дискусії.

У процесі поточного контролю здійснюється перевірка запам'ятовування та розуміння програмного матеріалу, набуття вміння і навичок конкретних обґрунтувань, опрацювання, публічного та письмового викладу рефератів певних питань дисципліни. Об'єктами поточного контролю знань студента є:

- систематичність і активність роботи на семінарських заняттях;
- виконання завдань для самостійного опрацювання;
- підготовка рефератів або презентацій.

При контролі систематичності й активності роботи студента на семінарських заняттях оцінці підлягають: рівень знань, продемонстрований у відповідях і виступах на семінарських заняттях; активність при обговоренні питань, що винесені на семінарські заняття; результати захисту рефератів. Практична частина підготовки завдань до семінарських занять полягає в написанні реферату за темою лекції та складається: з описової аналітичної текстової частини для доповіді на 3–5 хвилин; формування питань, що будуть обговорюватися на семінарі; висновків, переліку використаної літератури.

Вимоги для оформлення мультимедійної презентації. Презентація складається з: титульного слайда; інформаційних слайдів (8–10); завершального слайда. У титульному слайді вказуються: тема; прізвище та ім'я доповідача, група, курс. Інформаційні слайди мають повністю розкривати обрану тему, для цього необхідно опрацювати рекомендовані джерела і написати реферативне повідомлення. Слайди можуть містити текстові матеріали, фотографії, малюнки, діаграми та графіки, слайд-шоу, звукове оформлення і дикторський супровід, відеофрагменти, анімацію, тривимірну графіку. Для підготовки використовувати навчальну літературу, наукові статті, матеріали конференцій. За необхідності можна використовувати фото або відеоматеріали з посиланнями на Інтернет ресурси.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РОБОТИ НА СЕМІНАРСЬКОМУ ЗАНЯТТІ

Оцінювання роботи одного семінарського заняття здобувача вищої освіти виставляються від 0 до 4 балів у 7 семестрі та від 0–3 балів у 8 семестрі.

Рейтингова оцінка, бали		Критерії оцінки
7 сем.	8 сем.	
3–4	2,25–3	Здобувач має глибокі знання з теми семінарського заняття. Доповідь змістовна, ґрунтовна та відповідає вимогам. При підготовці до заняття студент використовував творчий підхід, навчальну літературу, наукові статті, матеріали авторитетних Інтернет-джерел. Під час семінарського заняття студент активно приймає участь в дискусіях та доповнює відповіді інших. Протягом відповіді активно використовує приклади для кращого розуміння матеріалу. Під час заняття вдало поєднує теоретичні знання та практичні вміння з дисципліни.
2–3	1,5–2,25	Здобувач має міцні ґрунтовні знання. Доповідь змістовна та відповідає вимогам. При підготовці до заняття студент не обмежується тільки матеріалами лекції. Під час семінарського заняття студент приймає участь при обговоренні поставленого питання. Протягом відповіді може використати приклади для кращого розуміння матеріалу. Послідовний виклад матеріалу, знання фактичного матеріалу, володіння категоріальним апаратом, допускається 1-2 неточності у використанні понятійного матеріалу .
1–2	0,75–1,5	Здобувач знає програмний матеріал. Доповідь відповідає вимогам. Зміст матеріалу викладено частково, з недотриманням в окремих випадках послідовності. Існують певні помилки в трактуванні поставленого питання, не вміє самостійно та творчо мислити, не може вийти за межі теми, що розглядається. Суть питання в основному розкрита, не зважаючи на зазначені вище упущення.
0–1	0–0,75	Здобувач знає тему заняття, має уявлення про навчальний матеріал, але його знання мають загальний характер. Зміст матеріалу викладено частково, з недотриманням в окремих випадках послідовності. Має певні прогалини в інших темах на яких базується матеріал семінарського заняття. Вміє відповідати на окремі поставлені запитання. При обговоренні інших питань семінарського заняття не приймає активної участі і не може привести приклади застосування матеріалу на практиці.

РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗДОБУВАЧІ
за відвідування й активність протягом семестру з дисципліни
7 семестр

№	Назви виду роботи, способи набуття знань	Бали за 1 заняття	Бали за всі заняття (максимальні)			
			1 модуль	2 модуль	3 модуль	4 модуль
1	Відвідування лекцій і участь аудиторній роботі	1	3,5x1=3,5	3,5x1=3,5	3,5x1=3,5	3,5x1=3,5
2	Семінарські заняття	4	3,5x4=14	3,5x4=14	3,5x4=14	3,5x4=14
3	Модульна контрольна робота	3	1x3=3	1x3=3	1x3=3	1x3=3
	Усього за модуль		20,5	20,5	20,5	20,5
	Екзамен		18			
	Разом з дисципліни		20,5+20,5+20,5+20,5+18 = 100 балів			

8 семестр

№ з/п	Назви виду роботи, способи набуття знань	Бали за 1 заняття	Бали за всі заняття (максимальні)				
			5 модуль	6 модуль	7 модуль	8 модуль	9 модуль
1	Відвідування лекцій і участь аудиторній роботі	1	3x1=3	3x1=3	3.5x1=3,5	3.5x1=3,5	3x1=3
2	Семінарські заняття	3	4x3=12	4x3=12	3.5x3=10,5	3.5x3=10,5	4x3=12
3	Модульна контрольна робота	3	1x3=3	1x3=3	1x3=3	1x3=3	1x3=3
	Усього за модуль		18	18	17	17	18
	Екзамен		12				
	Разом з дисципліни		18+18+17+17+18+12 = 100 балів				

ПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Уявлення стосовно професії продюсера.
2. Основні напрями діяльності продюсера.
3. Критерії професійної майстерності продюсера.
4. Основні сфери діяльності продюсера.
5. Психологічний аспект у діяльності продюсера.
6. Організаційна діяльність продюсера, управління ризиками.
7. Права та обов'язки продюсера.
8. Маркетинг культурно-досугових програм, зміст, практичне призначення, директ-маркетинг.
9. Сценарне забезпечення творчих задумів продюсера, вибір партитури звуку, світла, феєрверку.
10. Сегментація споживачів шоу-продукції, цільові ринки.
11. Формування постановочної групи, конкурсний відбір виконавців, кастинг.
12. Розкрийте поняття «імідж», «бренд» і «брендинг».
13. Режисерсько-постановочний задум, його реалізація, екшн.
14. Економічні особливості продюсування культурних заходів.
15. Фінансування програм, пошук джерел коштів, участь промислових компаній-інвесторів.
16. Законодавче забезпечення продюсера.
17. Організація проєктування розважальних заходів.
18. Способи вилучення прибутку при організації заходів.
19. Забезпечення конкурентоспроможності шоу-продукції.
20. Права продюсера у встановленні цін, оплати, тиражування програм, виробництво лейблів.
21. Комерційна діяльність продюсера, види фінансової підтримки індустрії розваг.
22. Закон про авторське право і суміжні права; його застосування при продюсуванні.
23. Рекламна робота продюсера з втілення шоу-проєкту.
24. Робота з місцевими органами влади по втіленню проєктів.
25. Основні засоби розповсюдження реклами в продюсуванні.
26. Промоушн у діяльності продюсера.
27. Організація промоушн в шоу-бізнесі.
28. Діяльність продюсера при складанні договорів.
29. У чому полягає сутність фандрайзінгу?
30. Які види грантів надають юридичним особам?
31. Управління ризиками в системі управління продюсерською діяльністю.
32. Який порядок для участі в конкурсах, склад документації для отримання грантів?
33. Охарактеризуйте класифікацію рекламного ролика за його призначенням.
34. Функції продюсера рекламного агентства при розробці рекламного ролика.
35. Етапи виробництва рекламного ролика.

36. Які законодавчі акти України та нормативні правові акти, що містять державні нормативні вимоги охорони праці, встановлюють правила, процедури і критерії, що направлені на збереження життя і охорони здоров'я працівників у процесі трудової діяльності?
37. Які обов'язки продюсера (директори) знімальної групи у сфері охорони праці?
38. Які засоби звукової виразності використовуються при створенні аудіовізуальної продукції?
39. Звукові засоби німого та звукового кіно.
40. Процес озвучування музикою кінофільмів.
41. Музика внутрішньо кадрова і закадрова.
42. Шуми. Закадрове і внутрішньо кадрові шуми.
43. Звукове рішення фільмів різних жанрів.
44. Технологія звукорежисерської діяльності. Зведення звуку. Звуковий монтаж фонограми.
45. Взаємодія звукорежисера з кінорежисером і продюсером.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧА

Відповідь здобувача оцінюється на:

- **Оцінку А (90-100)** – якщо :

Відповідь здобувача оцінюється на:

- **Оцінку А (90-100)** – якщо:

- здобувач виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно знаходити та опрацьовувати необхідну інформацію,
- демонструє знання матеріалу, відображає чітко знання термінів, правильно формулює відповідь, робить власні висновки та узагальнення;
- здобувач був присутній на лекціях та семінарських заняттях під час яких давав вичерпні, обґрунтовані, теоретично і практично правильні відповіді;
- виконав усі завдання із створення мультимедійних презентацій для семінарських занять за заданою тематикою, проявляє активність і творчість у науково-дослідній роботі;
- розуміє можливості сучасних наукових методів та володіє цими методами на рівні, необхідному для вирішення практичних завдань, що постають при виконанні професійних обов'язків.

- **Оцінку В (82-89)** – якщо :

- здобувач має творчі здібності, вміє самостійно знаходити та опрацьовувати необхідну інформацію;
- здобувач володіє знаннями матеріалу, але допускає незначні помилки у формуванні термінів, категорій, проте за допомогою викладача швидко орієнтується і знаходить правильні відповіді;

- здобувач був присутній на лекціях та семінарських заняттях під час яких давав обґрунтовані, теоретично і практично відповіді, але з деякими неточностями ;
 - виконав усі завдання із створення мультимедійних презентацій за заданою тематикою, але є наявні незначні неточності у виконанні практичних завдань;
 - розуміє можливості сучасних наукових методів та володіє цими методами на рівні, необхідному для вирішення практичних завдань, що постають при виконанні професійних обов'язків.
- **Оцінку С (74-81)** – якщо :
- здобувач має творчі здібності, вміє самостійно знаходити та опрацьовувати необхідну інформацію;
 - здобувач відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, з допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал;
 - здобувач був присутній на лекціях та семінарських заняттях, але дає недостатньо обґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки;
 - виконав не усі завдання із створення мультимедійних презентацій за заданою тематикою для семінарських занять та з деяким неточності у виконанні завдань;
 - розуміє можливості сучасних наукових методів та володіє цими методами на рівні, необхідному для вирішення практичних завдань, що постають при виконанні професійних обов'язків.
- **Оцінку D (64-73)** – якщо:
- здобувач має творчі здібності, але не вміє самостійно знаходити та опрацьовувати необхідну інформацію;
 - здобувач виявляє знання і розуміння основних положень на середньому рівні, не може самостійно аналізувати навчальний матеріал;
 - здобувач був присутній не на всіх лекціях та семінарських заняттях, дає недостатньо обґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки, серед яких є значна кількість суттєвих;
 - виконав не усі практичні завдання із створення мультимедійних презентацій за заданою тематикою для семінарських занять та з суттєвими помилками;
 - не розуміє можливості сучасних наукових методів на рівні, необхідному для вирішення практичних завдань, що постають при виконанні професійних обов'язків.
- **Оцінку E (60-63)** – якщо:
- здобувач володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні, на всі запитання дає необґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки;
 - здобувач був присутній не на усіх лекціях та семінарських заняттях;

- не виконав значну частину завдань із створення мультимедійних презентацій за заданою тематикою для семінарського заняття, а виконані мають суттєві помилки ;
 - не розуміє можливості сучасних наукових методів на рівні, необхідному для вирішення практичних завдань, що постають при виконанні професійних обов'язків.
- **Оцінку FX (35-59)** – якщо :
- здобувач володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу;
 - не знає основних положень навчальної дисципліни та принципів аналізу ситуацій; не вміє сформулювати власну думку та викласти її;
 - не виконав завдання із створення мультимедійних презентацій за заданою тематикою для семінарських занять.
- **Оцінку F (1-34)** – якщо здобувач не відвідував заняття, не відпрацював їх, не проявляв бажання пізнавати навчальну дисципліну.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90–100	A	Відмінно
82–89	B	Добре
74–81	C	
64–73	D	Задовільно
60–63	E	
35–59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
1–34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основна література

1. Афанасьєва К.О. Захист інтелектуальної власності в шоу-бізнесі : навч. посібник. Київ : ВАІТЕ, 2009. 256 с.
2. Безгін І. Мистецтво і ринок: нариси. Київ : Компас, 2005. 544 с.
3. Гагоорт Гіп. Менеджмент мистецтва. Підприємницький стиль / переклавз англ. Б. Шумилович. Львів : Літопис, 2008. 360 с Київ : КНЕУ, 2002. 379 с.
4. Грищенко В.І. Ghost-продакшн: плюси та мінуси. «Діяльність продюсера в культурно-мистецькому просторі XXI століття: сфери, концепції, ефективність», 20-21 грудня. Київ : НАКККіМ, 2024.
5. Грищенко В.І. Методи та технології, що використовуються для просування артиста або музичного твору. Діяльність продюсера в культурно-мистецькому просторі XXI століття: дослідницькі практики, динаміка розвитку, сфери реалізації. Зб. наукових праць / Упоряд., наук. ред. С. Садовенко. Київ : НАКККіМ, 2023. С. 38–41.
6. Грищенко В.І. Видання звукозапису як вид креативної індустрії / III Всеукраїнська науково-практична конференція «Культурні та мистецькі студії XXI століття: науково-практичне партнерство». Київ : НАКККіМ, 2022. С. 143–145.
8. Грищенко В. І., Козлін В.Й. Нові можливості програми SIBELIUS. Діяльність продюсера в культурно-мистецькому просторі XXI століття: дослідницькі практики, динаміка розвитку, сфери реалізації. Зб. наукових праць / Упоряд., наук. ред. С. Садовенко. Київ: НАКККіМ, 2021. С. 123-124
Грищенко В.І. Мультимедійні технології: підручник. Київ : НАКККіМ, 2022. 500 с.
9. Грищенко В.І. Підручник «Композиція та комп'ютерне аранжування» : Київ : НАКККіМ, 2016. 500 с.
10. Грищенко В.І. Підручник «Мультимедійні технології»: Київ : НАКККіМ, 2022. 504 с.
11. Дзолос О. Продюсування в аудіовізуальних медіа: навчальний посібник. Київ : Навчально-науковий інститут журналістики, 2024. 84 с.
12. Покропивний С.Ф., Соболь С.М., Швиданенко Г.О., Дерев'янка О.Г. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування : навч. посібник. Вид. 2-ге, доп. Київ: КНЕУ, 2002. 379 с.
13. Роулс Д. Цифровий брендинг. Повне покрокове керівництво зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювань. Київ : Фабула, 2020. 256 с.
14. Роднянський О. Виходить продюсер . Київ. Брайт Стар Паблішинг, 2016. 408 с.
15. Олтаржевський Д. О. Цифрові комунікації : навч. посібник із дисципліни «Медіавиробництво: промоція». Київ : ННІЖ КНУ ім. Тараса Шевченка, 2023, 120 с.
16. Остапчук А. Д., Збарська А. В. Організація підприємницької діяльності у фірмі : навч. посібник; за ред. професора В. К. Збарського. Київ : КиМУ, 2015. 273 с.

17. Основи продюсерської діяльності : навч. посібник / Москаленко-Висоцька О.М. ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ : КНУКіМ, 2019. 259 с.

18. Ленглі С. Театральний менеджмент і продюсерство : американський досвід / пер. за ред. І. Д. Безгіна. Київ : Компас, 2000. 639 с.

19. Deming W.E. The Essential Deming: leadership principles from the father of quality. NY, McGraw-Hill, 2013. Edited by J. Orsini, PhD.

20. Deming W.E. The Essential Deming: leadership principles from the father of quality. NY, McGraw-Hill, 2013. Edited by J. Orsini, PhD.

Допоміжна література

21. Армстронг М. Менеджмент : методи и прийоми : Пер. з англ. Київ: Знання-Прес, 2006. 876 с. (Європейський менеджмент).

22. Кольбер Ф. Маркетинг у сфері культури та мистецтв / переклад з англ. Святослава Яринича. Львів : Кальварія, 2004. 240 с.

21. Кузьмін О. Основи менеджменту: підручник. Вид. 2-ге, доп. Київ : Академвидав, 2007. 464 с. (Альма-матер).

22. Організація телевізійного виробництва: конспект лекцій [Електронний ресурс] : навч. Посіб. Для студ. Спеціальності 6.050803 Акустотехніка / В.С. Лазебний, В.М. Бакіко, О.О. Омелянець; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Електронні текстові данні (1 файл: 4,45 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 162 с.

23. Роулс Д. Цифровий брендинг. Повне покрокове керівництво зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювань. Київ : Фабула, 2020. 256 с.

24. Швед М. Тенденції розвитку міжнародних фестивалів сучасної музики. Львів : СПОЛОМ, 2010. 440 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

25. Закон України «Про авторське право та суміжні права».

<https://ips.ligazakon.net/document/Z980009>

26. Законодавство та нормативні акти. URL: www.zakon.rada.gov.ua.

27. URL: <https://xn--80aagahqwyibe8an.com/zakon-ukrajiny/stattya-pravo-teatralnogo-prodyusera-teatralnu-70823.html>

28. URL: https://ips.ligazakon.net/document/jg0ov00a?an=3&ed=2012_12_12

29. URL: <http://library.nakkkim.edu.ua/> – електронний каталог Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв.

30. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/> – Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського.

31. URL: www.nibu.kiev.ua/ – Національна історична бібліотека України.

32. URL: <http://www.info-library.com.ua/> – Електронна бібліотека – підручники.