**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**Наименование дисциплины (модуля):**

**Введение в специальность**

**Уровень высшего образования:**

**Специалитет**

**Направление подготовки (специальность):**

**55.05.04 «Продюсерство»**

**Направленность (профиль) ОПОП:**

**Базовая**

**Форма обучения: очная**

Дисциплина «ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ» является одной из основополагающих элементов подготовки по специализации «Продюсер исполнительских искусств» и входит в вариативную часть учебного плана по специальности 55.05.04 «ПРОДЮСЕРСТВО».

Предмет дисциплины – овладение профессиональными навыками и методиками продюсирования и менеджмента в сфере исполнительских искусств, умением применять полученные знания в практической деятельности.

Цель дисциплины – дать углубленные представления о практике мененджмента и продюсирования исполнительских искусств, системных подходах и актуальных проблемах в этой сфере.

Задачи дисциплины:

- освоение предусмотренных ФГОС профессиональных компетенций;

- формирование лидерских качеств и эстетических предпочтений;

- формирование базовых основ понимания производственных и творческих процессов в учреждениях исполнительских искусств.

В процессе освоения дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие общекультурные компетенции (ОК):

* готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
* способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах (ОК-5);
* способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

общепрофессиональные компетенции (ОПК):

* способность ориентироваться в базовых положениях экономической теории, применять их с учетом особенностей рыночной экономики, самостоятельно вести поиск работы на рынке труда, владением методами экономической оценки художественных проектов, интеллектуального труда (ОПК-1);
* способность к работе в многонациональном коллективе, в том числе и над междисциплинарными, инновационными проектами, способностью в качестве руководителя подразделения, лидера группы работников формировать цели команды, принимать решения в ситуациях риска, учитывая цену ошибки, оказывать помощь работникам (ОПК- 3);
* понимание значимости своей будущей специальности, стремлением к ответственному отношению к своей трудовой деятельности (ОПК-5);
* способность самостоятельно или в составе группы вести творческий поиск, реализуя специальные средства и методы получения нового качества (ОПК-6);

профессиональные компетенции (ПК):

* владение знаниями основ менеджмента и продюсерства (ПК-1);
* способность инициировать творческие идеи художественных проектов (ПК-2);
* умение анализировать произведения литературы и искусства, выстраивать взаимоотношения с авторами (правообладателями) литературных, музыкальных и других произведений, используя при этом знания, как в области искусства, так и в сфере авторского права (ПК-4);
* способность давать квалифицированную оценку творческим проектным инициативам творческих работников, в том числе, режиссеров, дирижеров, балетмейстеров, артистов, авторов драматических и музыкальных произведений и брать на себя ответственность за реализацию художественных проектов в сфере исполнительских искусств (ПСК-5.1);
* готовность к творческому взаимодействию с постановщиками (режиссером, дирижером, балетмейстером, художниками) на всех этапах разработки концепции, подготовки и реализации проекта (ПСК-5.2);
* способность определять оценку постановочной сложности спектакля (проекта) и его сметной стоимости, оценивать степень возможного риска, определять источники финансирования, принимать решения по наиболее рациональному использованию ресурсов, определять различные варианты маркетинговой стратегии в зависимости от характера проекта (ПСК-5.4);
* способность объединять и направлять творческо-производственную деятельность постановочной группы, артистов, менеджеров и технических исполнителей, как на этапе подготовки проекта, так и в процессе проката репертуара, решать организационно-творческие проблемы в целях создания наиболее благоприятных условий для творческого процесса (ПСК-5.5);

При успешном освоении материала по завершении изучения дисциплины студент должен:

знать:

* исторические предпосылки возникновения продюсерства как самостоятельного вида творческой деятельности, актуальные направления развития продюсерства в различных видах и направлениях искусства;
* теорию и практику мастерства продюсера исполнительских искусств;
* особенности продюсерской деятельности в учреждениях культуры и искусства – драматических и музыкальных театрах, филармониях, продюсерских компаниях, цирке, шоу-бизнесе и др.;
* этические нормы в сфере исполнительских искусств; роль менеджера и продюсера в создании нравственного климата в организации исполнительских искусств;
* функции продюсера в процессе создания и проката произведений исполнительского искусства.

уметь:

* инициировать творческие идеи художественных проектов в области исполнительских искусств; давать квалифицированную экспертную оценку творческим проектным инициативам режиссеров, дирижеров, балетмейстеров, артистов, авторов драматических и музыкальных произведений, других творческих работников; брать на себя ответственность за реализацию художественных проектов в сфере исполнительских искусств;
* совместно с постановщиками участвовать в разработке концепции художественного проекта, оптимальной тактики его подготовки и реализации;
* творчески взаимодействовать с постановщиками (режиссером, дирижером, балетмейстером, художниками) в ходе подготовки и реализации проекта;
* анализировать и решать организационно-творческие проблемы в целях создания наиболее благоприятных условий для творческого процесса;
* определять оценку постановочной сложности проекта и его сметной стоимости, оценивать степень возможного риска;
* осуществлять управление по одному или нескольким направлениям деятельности организации исполнительских искусств (проекта);

владеть:

* навыками принятия управленческих решений в области организации труда и процесса производства; информационными технологиями
* культурой мышления.

Объем дисциплины составляет 2 з.е. в том числе 36 академических часов , отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, 36 академических часов на самостоятельную работу обучающихся.

Формат промежуточной аттестации – зачет.

Основная литература:

• Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) // [Электронный ресурс] – Режим доступа:http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_5142/.

• Указ Президента РФ от 24.12.2014 № 808 «Основы государственной культурной политики» // [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.kremlin.ru/events/president/news/47325.

• Анашкина Н. Бренд в современной культуре / Н. Анашкина, П. Балюта, М. Сибин. Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Инфра-М, Магистр, 2015. – 200 с.

• Астратова Г.В.О необходимости исследования категориального аппарата маркетинга в сфере культуры и искусства / Г.В. Астратова, И.А. Ахьямова, Л.С. Азаренков // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. – 2017. – № 3 (60). – С. 35-43.

• Ахьямова И.А. Теоретические и практические проблемы измерения качества услуг в социальной сфере / И.А. Ахьямова, М.Г. Бурлуцкая, Л.Е. Петрова и др. // Известия высших учебных заведений. Уральский регион. – 2016. – № 3. – С. 121-125.

• Винник У. Рекламные инновации как индикатор изменений в современной культуре / У. Винник. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2013. – 160 с.

• Ганина С.А. Маркетинг в сфере культуры как современный инструмент управления / С.А. Ганина // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. – 2016. – № 1. – С. 5-9.

• Гольман И.А. Искусство как товар: парадоксы и закономерности / И.А. Гольман // Знание. Понимание. Умение. – 2013. – № 2. – С. 205-212

• Доброхотов А.Л. Философия культуры / А.Л. Доброхотов. – М.: ВШЭ, 2016. – 560 с.

• Драч Г.В. Культурология / Г.В. Драч, О.М. Штомпель, Л.А. Штомпель и др. – СПб.: Питер, 2013. – 384 с.

• Колин К.К. Системный кризис культуры: структура и содержание проблемы / К.К. Колин // Стратегические приоритеты. – 2014. – № 3. – С. 6-27.

• Котлер Ф. Все билеты проданы / Ф. Котлер. – М.: Классика ХХI, 2012. – 687 с.

• Лотман Ю.М. Феномен культуры. Чему учатся люди. Статьи и заметки / Ю.М. Лотман. – М.: Центр Книги Рудомино, 2010. – 88 с.

• Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / Е.И. Мазилкина. – М.: Дашков и Ко, 2013. – 300 c.

• Мамедова Е.В Культурная политика / Е.В. Мамедова // Философия науки. – 2015. – № 1. – С. 163-171.

• Маркова А.Н. Культурология / А.Н. Маркова. – М.: Проспект, 2013. – 376 с.

• Музычук В.Ю. Должно ли государство финансировать культуру? / В.Ю. Музычук. – М.: Институт экономики РАН, 2012. – 60 с.

• Николаенко А.С. Государственная культурная политика в современной России: вызовы времени / А.С. Николаенко // // Государственное и муниципальное управление в XXI веке: теория, методология, практика. – 2016. – № 23. – С. 25-30.

• Ноздренко Е.А. Система культуры. Новые детерминанты. Реклама как фактор современного культурно-исторического процесса / Е.А. Ноздренко, Н.П. Копцева. – М.: Научная мысль, 2018. – 156 с.

• Овчинникова Д.С. Применение инструментов маркетинга в сфере культуры / Д.С. Овчинникова, Е.С. Шадрина // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2017. – № 15 (15). – С. 104-109.

• Рубинштейн А.Я. Культура и государство: Новый взгляд / А.Я. Рубинштейн // Обсерватория культуры. – 2012. – № 2. – С. 43.

• Самойленко Г.Ю. Место и значение компонента «человек» в целостной системе маркетинг-менеджмента организаций культуры / Г.Ю. Самойленко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. – №1. – С. 75-81.

• Сумейко А.О. Маркетинг в искусстве и культуре / А.О. Сумейко, Е.Л. Ткачёва, А.А. Пузыревская //В сборнике: Сборник материалов IX Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых с международным участием «Россия молодая». Ответственный редактор Костюк С.Г. – 2017. – С. 76-42.

• Харченко К.В. Управление проектами в сфере культуры / К.В. Харченко // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2014. – № 6. – С. 18-27.

• Человек, коммуникация, культура. Тезисы и статьи межвузовской научной конференции Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения. – СПб.: Летний сад, 2015. – 420 с.

• Шекова Е.Л. Управление учреждениями культуры в современных условиях. – М.: Планета музыки, 2014. – 416с.

• Шумеева М.А. Воздействие маркетинга на современную культуру / М.А. Шумеева // Интеграция наук. – 2017. – Т.2. – №2 (6). – С. 82-84.