

ОСНОВИ ТЕЛЕПРОДЮСЕРСТВА

Мета курсу - оволодіння теоретико-методологічною основою телепродюсерської справи, формування у студентів професійних знань, навичок і вмінь у сфері телепродюсерської діяльності, особистісних якостей, організаторської майстерності, розуміння потреб споживачів, а також вміння аналізувати суспільні, культурно-мистецькі і соціальні явища.

Міжпредметні зв'язки: дисципліна «Основи телепродюсерства» в структурно-логічній схемі базується на набутих знаннях із «Вступу до спеціальності», «Історії режисури», «Основ режисури» вона інтегрується з вивченням дисциплін «Режисура документального кіно», «Кіновиробництво». Вивчення дисципліни формує засади для подальшого вивчення студентом таких дисциплін, як «Основи телепродюсерства», «Правова та патентна діяльність в роботі сучасних продакшн-студій».

Процес вивчення дисципліни спрямований на формування таких компетентностей: знання змісту понять «продюсер», «продюсування», «продюсерська майстерність»; знання теорії щодо зародження професії продюсера, етапів становлення вітчизняного продюсування; знання специфіки роботи продюсера і його основних функцій; знання особливостей продюсування у зарубіжних країнах; знання основних етапів технології створення і просування телевізійних продюсерських проектів;

Програмні результати навчання:

знати: знати основні поняття й терміни продюсерської справи; знати сутність окреслених проблем продюсерської діяльності; знати теоретико-методологічні засади вивчення дисципліни; знати специфіку професії продюсера та основні обов'язки і функції; знати відмінності у роботі продюсера і ПР-технолога;

уміти: здійснювати професійні функції та обов'язки телепродюсера; застосовувати здобуті знання і навички у творчій діяльності; адаптуватись у сучасних умовах жорсткої конкуренції і боротись за лідерство; орієнтуватись у нових тенденціях, займатись саморозвитком, налагодити партнерські стосунки з установами, які сприяють продюсуванню (проекта) телевізійного об'єкта;

володіти: навичками залучення фінансових джерел з метою створення та реалізації проектів; професійно перетворювати власні задуми у продюсерську форму для досягнення позитивного результату.

Змістове наповнення навчальної дисципліни.

Телепродюсерство як поняття. Сфери продюсерства. Формування та розвиток аудіовізуальної та екранної сфери. Правове поле продюсера. Продюсерство як підприємницька діяльність. Організація та управління телевиробництвом. Етапи виробництва аудіовізуальної продукції. Економіка та менеджмент аудіовізуального виробництва. Організація творчої діяльності у телевиробництві. Творчий аспект продюсерства та його мистецьке і ідейно-культурне значення. Маркетинг аудіовізуального виробництва. Основний категоріальний апарат складають загальні поняття: продюсер, телепродюсерство, продюсерська діяльність, телепроект, продюсерський договір, медіа, засоби масової інформації, комунікаційний простір, інформаційний потік, типологія ЗМІ, імідж, іміджування, бренд, брендинг, ребрендинг, фінансування, інформація, споживач, ризик, управління ризиками, страхування, постановка цілей, управління ефективністю, авторське право, суміжне право, маркетинг, менеджмент, просування, технологія просування, концепція. Створення незалежної студії-продакшн як організація власного бізнесу. Бізнес-план та інші аспекти у процесі розробки та створення сучасного аудіовізуального продукту. Бізнес-план аудіовізуального проекту. Ризики та страхування, оцінка фінансових результатів реалізації аудіовізуального продукту. Особливості національного продюсування, сучасна політика і стан у телекіновиробництві, діяльність незалежного, головного та креативного продюсерів у даному аспекті. Творчі та організаційні аспекти розробки сучасного аудіовізуального проекту.

Розробка продюсерського аудіовізуального проекту. Підготовчий етап проекту, «девелопмент», етапи роботи продюсера з ідеєю, сценарієм, вибір теми, статус автора, оплата праці. Документальний проект – особливості, жанрова палітра. Фандрайзинг. Product

placement. Технології, види та жанри сучасної аудіовізуальної продукції. Виробничо-технічна база для реалізації продюсерського проекту. Технології створення сучасного аудіовізуального продукту. Виробництво окремих видів аудіовізуальної продукції – рекламні фільми, серіали, ситкоми, реаліті-шоу, інші популярні жанри на телебаченні. Продюсерський пошук ідеї, теми, жанру. Види та жанри сучасного екранного мистецтва. Тенденції розвитку та перспективи у третьому тисячолітті. Промоушен аудіовізуального продукту. Організація просування аудіовізуальної продукції. Фестивальна діяльність. Брендинг. Дистриб'юція продукту на вторинному ринку, ринку телебачення. Реалізація телевізійних прав. Види прав. Територія розповсюдження прав. Термін часу в межах якого діють передані права. Кількість показів. Фінансові умови, етапи оплати. Рекламні комунікації та інтернет-технології в кіно-, телеіндустрії. Місце реклами в телебізнесі. Реклама як елемент маркетингу та засіб поширення культурно-мистецького товару на ринок збуту. Стадії рекламного процесу культурно-мистецьких товарів і послуг.

Обсяг вивчення навчальної дисципліни: 4 кредити ЄКТС, загальний обсяг 120 годин, у тому числі 60 годин аудиторних навчальних занять і 60 годин самостійної та індивідуальної роботи.

Форма семестрового контролю: іспит.