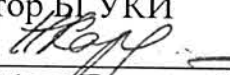


Учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор БГУКИ

 Н.В.Карчевская

« 22 сентября » 2025 г.

Регистрационный № УД-6-50/зуч.

МЕНЕДЖМЕНТ ТЕЛЕПРОЕКТОВ И ШОУ-ПРОГРАММ

*Учебная программа учреждения образования по учебной дисциплине
для специальности*

*1-21 04 01 Культурология (по направлениям),
направления специальности*

*1-21 04 01-02 Культурология (прикладная),
специализации 1-21 04 01-02 01 Менеджмент социальной и культурной
сферы*

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 1-21 04 01-2021 по специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям), утвержденного постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 12.04.2022 №78, типового учебного плана по направлению специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная), утвержденного 09.07.2021, регистрационный № D 21-1-011/пр-тип и учебного плана учреждения высшего образования по специализации 1-21 04 01-02 01 Менеджмент социальной и культурной сферы: рег. № D21-1-64/22уч. от 22.06.2022.

СОСТАВИТЕЛЬ:

С.Б.Мойсейчук, профессор кафедры менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Е.Н. Шаройко, заведующий кафедрой теории и истории искусств учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат искусствоведения, доцент;

В.П.Климович, начальник отдела идеологической работы, культуры и по делам молодежи Мядельского районного исполнительного комитета.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 7 от 26.03.2025 г.);

президиумом научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 4 от 17.04.2025)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Менеджмент телепроектов и шоу программ» преподаётся студентам специальности «Культурология» (по направлениям), специализации «Менеджмент социальной и культурной сферы» и направлена на углубленное освоение знаний и формирования умений и навыков постановки разнообразных форматов телепроектов и шоу-программ.

Преподавание данной учебной дисциплины ведется с учетом знаний и умений студентов, полученных в рамках изучения таких учебных дисциплин как «Сценарное мастерство и драматургия культурно-досуговых программ», «Режиссура культурно-досуговых программ», «Менеджмент в сфере культуры».

Изучение данной учебной дисциплины поможет студентам раскрыть актуальные для менеджеров социально-культурной сферы технологические особенности постановки шоу-программ в пространстве арт-менеджмента и применить их на практике.

Цель учебной дисциплины – формирование устойчивых теоретических представлений об особенностях технологии постановки шоу-программ, а также навыков для успешной реализации шоу-проектов в соответствии с современными стандартами шоу-бизнеса.

Задачи учебной дисциплины:

1. Углубить знания студентов в сфере драматургии и режиссуры современных шоу-программ.

2. Дать представления студентам о специфике менеджмента телевизионных проектов.

3. Приобрести практические навыки драматургической разработки и постановки разнообразных шоу-программ.

Изучение учебной дисциплины «Менеджмент телепроектов и шоу-программ» должно обеспечить формирование у студентов следующей *специализированной компетенции*:

– применять знания и использовать технологии организационно-творческой и управленческой деятельности в сфере искусства.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен *знать*:

– особенности телевизионной драматургии;

– механизмы менеджмента телевизионных проектов и шоу-программ;

– основные режиссерские приемы постановки шоу-программ.

Студент должен *уметь* применять полученные знания при последующей сценарной разработке, режиссерскому воплощению, а также организации рекламной кампании шоу-программы.

Студент должен владеть:

– категориально-понятийным аппаратом в сфере телевизионного менеджмента и менеджмента шоу-программ;

– способами внедрения механизмов менеджмента телепроектов и шоу-программ;

– технологиями реализации шоу-программы.

В рамках образовательного процесса по учебной дисциплине студент должен не только приобрести теоретические и практические знания, умения и навыки, но и развить свой ценностно-личностный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной и социально-культурной жизни страны.

Лекционные занятия направлены на раскрытие технологических основ создания телевизионных проектов и постановки шоу-программ, а также особенности их арт-менеджмента. *Семинарские и практические занятия* предусматривают освоение основных аспектов менеджмента телепроектов и шоу-программ – от разработки идеи и концепции, до продвижения и маркетинга.

Требования к усвоению учебной дисциплины

В ходе предлагаемой учебной дисциплины студенты должны применять знания и использовать технологии организационно-творческой и управленческой деятельности в сфере зрелищных искусств.

В соответствии с учебным планом на изучение учебной дисциплины «Менеджмент телепроектов и шоу-программ» всего предусмотрено 90 часов, из них – 34 часа аудиторных занятий для дневной формы обучения. Примерное распределение аудиторных часов занятий для дневной формы обучения: лекции – 10, семинарские занятия – 8, практические занятия – 16 часов. Примерное распределение аудиторных часов для заочной формы обучения: лекции – 4 часа, семинарские занятия – 2 часа, практические занятия – 4 часа.

Рекомендуемые формы текущей аттестации – письменный опрос и тест. Рекомендуемая форма промежуточной аттестации – экзамен, состоящий из двух частей: практической – показ подготовленной студентами шоу-программы и теоретической – ответы на экзаменационные билеты.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение. Специфика телевидения как драматургического вида искусства и пространства менеджмента

Предпосылки возникновения телевидения как вида драматургического искусства. Телевизионные проекты и массовая культура. Кинематограф и радио в пространстве телевидения. Составляющие зрелищности телевидения. Характеристика понятия «телевизионное вещание». Социально-культурные функции телевидения. Сущность понятия «телепроект». Специфические черты телевизионной драматургии. Механизмы воздействия телепроекта на потенциальную аудиторию. Особенности телепроектов: интерактивность и обратная связь; эпизодичность; длительность и протяженность; жанровое разнообразие; адаптация под аудиторию и т.п.

Тема 2. Основные виды и жанры телевизионных проектов

Жанровое разнообразие как специфическая особенность телевизионного проекта. Критерии классификации телевизионных проектов: формат; целевая аудитория; способ производства; интерактивность и т.п. Телевизионные шоу и их разнообразие: реалити-шоу; ток-шоу; игровые шоу; талант-шоу, трэвел-шоу и т.п. Информационные и информационно-аналитические проекты. Телевизионные сериалы и их жанровое многообразие. Развлекательные телевизионные проекты. Детские и образовательные проекты. Специальные праздничные проекты.

Тема 3. Механизмы менеджмента телевизионных проектов

Менеджмент телепроектов как процесс управления созданием и продвижением телевизионных проектов; как многофункциональная деятельность по координации организационно-творческих и финансовых аспектов. Разработка концепции. Анализ рынка и потребностей потенциальной целевой аудитории. Планирование и препродакш. Производство телепроекта: съемочный процесс; соблюдение графика и бюджета. Постпродакш: монтаж, озвучка и т.п. Продвижение и маркетинг. Дистрибуция. Ключевые роли в менеджменте телепроектов: продюсер, сценарист, режиссер, линейный продюсер, менеджер проекта, маркетолог.

Тема 4. Этапы становления шоу-программ как объектов менеджмента

Менеджмент в основе организации шоу-программ. Цели арт-менеджмента. Характеристика личностных и профессиональных качеств арт-

менеджера. Основные функции арт-менеджера. Арт-менеджер как создатель шоу-программ.

Предпосылки возникновения шоу-программ. Истоки понятий «зрелищность», «концерт», «шоу». Многообразие моделей концертно-зрелищных программ. Понятие шоу-программы. Методологические основы постановки и характеристики зрелищных мероприятий (программность, аттракционность).

Зрелищные искусства в структуре современной культуры. Функции шоу-программ как элемента КДД. Типология зрелищ (политические, религиозные, спортивные, социально-бытовые, зрелища, олицетворяющие собой виды искусств). Природа зрелищных искусств. Понятия «зрелищное мероприятие» и «зрелище».

Основные виды шоу-программ (телевизионные, уличные представления, спортивно-технической направленности, клубные программы различной направленности). Ведущий шоу-программы как внесюжетный персонаж.

Тема 5. Организационно-технологические этапы создания шоу-программ

Понятие технологии постановки зрелищных мероприятий. Технологические этапы постановки шоу-программ. Процесс создания и этапы разработки организации шоу-программ. Формулировка замысла программы как первый этап. Архитектоника сценария шоу-программы. Утверждение творческой команды реализации шоу-программы. Разработка режиссерского плана. Специфика выбора сценической площадки. Утверждение графика организации репетиционного процесса. Специфика проведения индивидуальных и монтировочных репетиций. Организация рекламной кампании.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная форма получения образования

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов			УСР	Форма контроля знаний
		лекции	семинарские занятия	практические занятия		
1.	Введение. Специфика телевидения как драматургического вида искусства и пространство менеджмента	2		2	2	Коллективное задание
2.	Основные виды и жанры телевизионных проектов	2	2	2	2	Индивидуальное задание
3.	Механизмы менеджмента телевизионных проектов	2	2	4		
4.	Этапы становления шоу-программ как объектов менеджмента	2	2	2		
5.	Организационно-технологические этапы постановки шоу- программ			4	2	Коллективное задание
Всего...		8	6	14	6	

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Заочная форма получения образования

Номер темы	Название темы	Количество часов для дневной формы получения образования	Количество Аудиторных часов			Количество часов для самостоятельного изучения учебного материала
			лекции	семинарские занятия	практические занятия	
1.	Введение. Специфика телевидения как драматургического вида искусства и пространства менеджмента	8	0,5			7,5
2.	Основные виды и жанры телевизионных проектов	6	1,5			4,5
3.	Механизмы менеджмента телевизионных проектов	8		2		6
4.	Этапы становления шоу-программ как объектов менеджмента	6				6
5.	Организационно-технологические этапы постановки шоу-программ	6	2		4	
Всего...		34	4	2	4	24

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная

1. *Коленько, С. Г.* Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. Г. Коленько. - Москва : Юрайт, 2017. – С. 42-56, 276-287.
2. *Падейский, В.В.* Проектирование телепрограмм: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 053700 «Продюсерство кино и телевидения» / В.В. Падейский. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 238 с. - (Серия «Медиа-образование»). - ISBN 978-5-238-00697-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028931> (дата обращения: 18.02.2025)
3. *Переверзев, М. П.* Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебное пособие по направлению подготовки "Искусства и гуманитарные науки" / М. П. Переверзев, Т. В. Косцов. - Москва : ИНФРА-М, 2014. – С. 154-163.
4. *Скобелев, В. Л.* Медиаметрия : учебное пособие / В. Л. Скобелев. — Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2021. — 175 с. — ISBN 978-5-94760-492-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/415904> (дата обращения: 18.02.2025).

Дополнительная

1. *Артемьева, Т. В.* Фандрейзинг : привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования : учебное пособие / Т. В. Артемьева, Г. Л. Тульчинский. - Санкт-Петербург ; Москва ; Краснодар : Лань : Планета музыки, 2010. –С. 56-136.
2. *Голубева, Т. Б.* Факторы, влияющие на потребительский выбор зрителей шоу-программ / Т. Б. Голубева, В. И. Хусаинова // Гуманитарный научный вестник. – 2020. – № 4. – С. 73-78. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42926962>.

Рекомендуемые методы обучения

Основные формы обучения по учебной дисциплине «Менеджмент телепроектов и шоу-программ» – лекции, семинарские и практические занятия, управляемая самостоятельная работа. При изучении учебной дисциплины возможно использовать методы проблемной лекции, лекции-визуализации, лекции с анализом конкретных ситуаций, которые возникают в телевизионном менеджменте. Также при организации аудиторных занятий возможно приглашение авторитетных специалистов (в том числе и в режиме онлайн-связи).

Учебной программой предусмотрено использование активных форм обучения как в рамках лекционных занятий (презентация видео- и аудиозаписей отечественных и зарубежных телепроектов различных форматов, видеороликов, раскрывающих проблемное поле дисциплины), так и в рамках семинарских занятий (дискуссия, обсуждение результатов самостоятельной работы).

Перечень рекомендуемых средств диагностики

Процесс контроля уровня знаний студентов, полученных в результате изучения учебной дисциплины «Менеджмент шоу-проектов и шоу-программ» может включать оценку их активности на семинарских и практических занятиях и выполнения заданий, выносимых на управляемую самостоятельную работу.

Для контроля и самоконтроля уровня знаний, умений и навыков студентов по учебной дисциплине возможно применение следующего диагностического инструментария:

- проведение контрольных опросов в письменной форме по отдельным темам на семинарских занятиях;
- оценка докладов студентов на семинарских занятиях;
- проверка письменных работ (реферат, эссе) или мультимедийных презентаций (критерии оценки которых разрабатываются и утверждаются на заседании кафедры);
- выполнение теста.

Организация самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов, которые осваивают образовательные программы общего высшего образования, рассматривается как активная учебная деятельность, направленная на решение задач самообучения, самовоспитания и саморазвития с целью повышения своих специальных компетенций.

При изучении учебной дисциплины «Менеджмент телепроектов и шоу-программ» самостоятельная работа студентов предполагает их ознакомление с наиболее значимыми для учебной дисциплины литературными и интернет-источниками, а также анализ телевизионных проектов и шоу-программ.

В процессе преподавания курса используются следующие технологии включения студентов в самостоятельную работу: коммуникативные (коллективное драматургическое творчество, «мозговой штурм» и др., игровые (имитационные игры), а также метод анализа конкретных телевизионных проектов и шоу-программ.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ВОПРОСОВ

(для проведения экзамена)

по учебной дисциплине «Менеджмент телепроектов и шоу-программ»

1. Понятие и особенности телепроектов и шоу-программ как продукта медиаиндустрии.
2. Основные этапы жизненного цикла телепроекта: от идеи до воплощения.
3. Разработка концепции телепроекта: основные этапы.
4. Роль продюсера в управлении телепроектом: функции, задачи и компетенции.
5. Роль маркетинга и связей с общественностью в продвижении телепроектов.
6. Современные тенденции в телевизионной индустрии.
7. Роль режиссера, сценариста и оператора в создании телепроекта.
8. Особенности адаптации зарубежных форматов телепроектов для локальной аудитории.
9. Шоу-программа – ведущий структурный элемент шоу-бизнеса.
10. Типология шоу-программ.
11. Социальные функции шоу-программ.
12. Принципы создания шоу-программ.
13. Шоу-программа. Основные виды. Принципы построения шоу-программ.
14. Процесс создания и этапы разработки организации шоу-программ.
15. Роль режиссера-постановщика в создании и развитии шоу – программ.
16. Маркетинговая стратегия построения шоу-программ.
17. Технологические этапы постановки концертно-зрелищных программ.
18. Выразительные средства в создании шоу-программ.
19. Конференс как центральное связующее звено эстрадной программы. Парный конференс. Инсценированный конференс.
20. Формы и приемы ведения концерта. Особенности манеры разговора со зрителями.
21. Новые тенденции в ведении концерта.
22. Характеристика и структура детских шоу-программ.
23. Особенности драматургии эстрадных представлений для детей.
24. Развитие шоу-программы на современном телевидении.
25. Специфические особенности разработки телевизионных шоу-программ.
26. Композиционное построения развлекательных шоу-программ на телевидении.
27. Реалити-шоу в контексте современного телевидения.
28. Особенности телевизионной шоу-игры.
29. Влияние аудитории на технологию постановки шоу-программ.
30. Виды рекламных кампаний в шоу-бизнесе.

- 31.Зрелищные искусства в структуре современной культуры.
32. Предпосылки возникновения шоу-программ.
33. Менеджмент в основе организации шоу-программ.
- 34.Цели арт-менеджмента.
- 35.Основные функции арт-менеджмента.
- 36.Арт-менеджер как создатель шоу-программ.
- 37.Понятие «технология постановки шоу-программы».
38. Режиссерский план как основа постановки шоу-программы.
- 39.Творческий коллектив постановщика шоу-программы.
40. Шоу-бизнес как часть арт-индустрии.