

Частное учреждение образования
«Институт современных знаний имени А. М. Широкова»

Факультет гуманитарный
Кафедра менеджмента и коммуникаций

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой
Мотульский Р. С.

03.02.2025 г.

СОГЛАСОВАНО
Декан факультета
Иноземцева И. Е.

03.02.2025 г.

ПРАВОВЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОДЮСЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Электронный учебно-методический комплекс
для обучающихся специальности
7-06-0215-03 Арт-менеджмент*

Составитель

Мицкевич Ю. В. доцент кафедры менеджмента и коммуникаций Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А. М. Широкова», кандидат педагогических наук, доцент

Рассмотрено и утверждено

на заседании Совета гуманитарного факультета
протокол № 7 от 28.04.2025 г.

УДК 658:7(075.8)
ББК 33я73

Р е ц е н з е н т ы:

кафедра управления и экономики социально-культурной сферы федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Кемеровский государственный институт культуры» (протокол № 4 от 09.12.2024 г.);

Рудакова О. В., профессор кафедры экономики и управления учреждения высшего образования «Тверской филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», доктор экономических наук, профессор.

Рассмотрено и рекомендовано к утверждению
кафедрой менеджмента и коммуникаций
(протокол № 7 от 30.01.2025 г.)

П68 Мицкевич, Ю. В. Правовые и экономические основы продюсерской деятельности : учеб.-метод. комплекс для обучающихся специальности 7-06-0215-03 Арт-менеджмент [Электронный ресурс] / Сост. Ю. В. Мицкевич. – Электрон. дан. (0,4 Мб). – Минск : Институт современных знаний имени А. М. Широкова, 2026. – 56 с.

Систем. требования (миним.): процессор с частотой 1 ГГц, 1 ГБ оперативной памяти, 1 ГБ свободного места на жестком диске ; персональный компьютер под управлением ОС Microsoft® Windows® 7 и выше ; macOS® Leopard® и выше или мобильное устройство под управлением Android® 4.x и выше ; iOS® 9.x и выше ; Adobe Reader для соотв. ОС (или аналогичное приложение для чтения PDF-файлов).

Номер гос. регистрации в РУП «Центр цифрового развития» 1062544738
от 11.11.2025 г.

Учебно-методический комплекс представляет собой совокупность учебно-методических материалов, способствующих эффективному формированию компетенций в рамках изучения дисциплины «Правовые и экономические основы продюсерской деятельности».

Для магистрантов.

ISBN 978-985-547-521-8

О Институт современных знаний
имени А. М. Широкова, 2026

Введение

Электронный учебно-методический комплекс (ЭУМК) «Правовые и экономические основы продюсерской деятельности» разработан на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 7-06-0215-03-2023 и учебного плана Института современных знаний имени А. М. Широкова по специальности 7-06-0215-03 Арт-менеджмент.

ЭУМК базируется на системном изучении основных положений теории продюсерской деятельности; экономических показателей, используемых в практике коммерческих и некоммерческих организаций; законодательных документов, регулирующих отношения различных субъектов хозяйствования; принципов организации межличностного взаимодействия; технологий привлечения ресурсов; продвижения услуг, методов управления продюсерской деятельностью.

Основной целью ЭУМК является создание удобной платформы для изучения правовых и экономических аспектов продюсерской деятельности.

Задачи ЭУМК:

- разработка учебных материалов: создание конспекта лекций, семинаров, практических заданий;
- внедрение интерактивных заданий для проверки усвоения материала;
- предоставление магистрантам ресурсов для самостоятельного изучения (книги, статьи, документы);
- организация дискуссионных площадок для обмена мнениями и обсуждения актуальных вопросов по конкретным кейсам;
- мониторинг успеваемости: ведение статистики по успеваемости магистрантов для анализа и коррекции учебного процесса.

Структура ЭУМК включает:

- пояснительную записку;
- теоретический раздел;
- практический раздел;
- раздел контроля знаний;
- вспомогательный раздел.

В теоретическом разделе представлен опорный конспект лекций, включающий основные вопросы дисциплины по шести темам в соответствии с учебной программой. *Практический раздел* включает материалы для проведения практических и семинарских занятий: тематику практических и семинарских занятий и литературу, рекомендуемую для изучения; описание практических работ (перечень примерных заданий и методические рекомендации по их выполнению). *В разделе контроля знаний* содержится перечень экзаменационных вопросов. При аттестации студентов учитываются результаты учебно- исследовательской работы, уровень ответов на семинарских и практических занятиях. *Во вспомогательном разделе* представлена учебная программа, а также перечень литературных источников, рекомендуемых для изучения дисциплин.

Место учебной дисциплины в системе подготовки магистров по специальности 7-06-0215-03 Арт-менеджмент, связь с другими учебными дисциплинами

Учебная дисциплина «Правовые и экономические основы продюсерской деятельности» входит в государственный компонент учебного плана. Она основывается на учебной дисциплине «Менеджмент и маркетинг в сфере искусства». Требования к освоению учебной дисциплины в соответствии с образовательным стандартом.

В результате изучения учебной дисциплины магистрант **обязан знать:**

- систему правового обеспечения сферы культуры и искусств;
- понятия авторского права и смежных прав;
- принципы и характер рыночных отношений в сфере культуры и искусств;
- структуру предпринимательства и специфику его осуществления в сфере культуры и искусств;

уметь:

- организовывать свою деятельность в рамках правового поля, применять на практике законодательные акты и нормативные документы, действующие в сфере культуры и искусств;
- анализировать поведение экономических агентов на культурном рынке;
- осуществлять мониторинг результатов своей производственно-хозяйственной деятельности;

разрабатывать эффективные программы развития бизнеса в сфере культуры и искусств;

разрабатывать финансовые планы;

разрабатывать экономическое обоснование культурных проектов;

иметь навыки:

планирования основных экономических и финансовых показателей;

ценообразования на произведения и услуги в сфере культуры и искусств;

оценки заемных источников средств, активов, результатов деятельности.

Изучение учебной дисциплины «Правовые и экономические основы предпринимательской деятельности» позволит магистранту обладать следующими специализированными компетенциями:

СК-4. Знать нормативно-правовую базу Республики Беларусь;

СК-7. Создавать новый сегмент рынка конкурентоспособных услуг в сфере культуры, используя инновации.

Общий объем часов – 94. Объем учебной нагрузки на очной (дневной) форме получения высшего образования – 36 академических часов, из них лекций – 18 часов, практических – 12 часов; семинарских – 6 часов; на заочной форме получения высшего образования – 12 академических часов, из них лекций – 6 часов, практических – 4 часа, семинарских – 2 часа. Текущая аттестация предполагает оценку выполнения комплекса заданий (4 раза в семестр), а также систематический контроль знаний, умений и навыков магистрантов в виде вопросов по заранее указанной проблематике. Знания студентов оцениваются по 10-балльной шкале в соответствии с критериями оценки знаний и компетенций студентов, разработанными Министерством образования Республики Беларусь.

Форма промежуточной аттестации на очной (дневной) и заочной формах получения высшего образования – экзамен. С помощью электронного учебно-методического комплекса по дисциплине «Правовые и экономические основы предпринимательской деятельности» магистранты смогут:

– сосредоточить свое внимание на основных положениях и понятиях, характеризующих сущность продюсерской деятельности, ее содержании, экономических и правовых аспектах;

– приобрести необходимые навыки логического мышления, поиска, анализа и оценки информации, принятия эффективных решений в рамках продюсерской деятельности;

– проверить свои знания при подготовке к практическим и семинарским занятиям.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Конспект лекций

Содержание лекционного материала по темам курса

Тема 1. Основные законодательные и нормативные акты, регулирующие правовые аспекты развития культуры и искусства

Сфера культуры и искусства связана с наукой, обществом, правом. С целью удовлетворения материальных и духовных потребностей, достижения стабильного развития общественных отношений и совершенствования социально-культурных институтов важным представляется изучение правовых норм.

В Республике Беларусь существуют различные социально-культурные институты (театры; библиотеки; музеи; картинные, художественные галереи и галереи искусств; выставочные залы; клубы, дома и дворцы культуры, центры (дома) народного творчества (народного искусства, фольклора), центры (дома) ремесел, молодежные культурные центры, центры национальных культур; цирки; филармонии и другие концертные организации; организации кинематографии; творческие мастерские; научно-проектные и производственно-реставрационные организации; научно-исследовательские учреждения и методические центры народного творчества). Они осуществляют свою деятельность на основе важных законодательных документов, а именно: Кодекс о культуре, Гражданский кодекс Республики Беларусь, Закон об авторском праве и смежных правах, Указы и декреты Президента Республики Беларусь в области культуры и искусства и другие нормативно-правовые акты. Законодательные акты определяют порядок создания, функционирования и прекращения деятельности организаций культуры и искусства.

Ознакомиться с вышеперечисленными законодательными документами можно на Национальном правовом Интернет-портале Республики Беларусь <https://pravo.by>.

Учреждения и организации в сфере культуры и искусств подразделяются также на государственные и частные; бюджетные (подчиняются Министерству культуры и уполномоченным органам на местах); ведомственные; профсоюзные. По уровню управления и финансирования различают два вида бюджетных государственных организаций культуры и искусства: республиканский и местный.

В 1998 г. в Республике Беларусь был создан и существует в настоящее время Фонд Президента Республики Беларусь по поддержке культуры и искусства. Лимиты финансирования программ и размер резервной части Фонда ежегодно определяются его советом. Лица, осуществляющие пожертвования, вправе обусловливать использование вносимых ими средств на проведение конкретных мероприятий и программ. Операции по накоплению и расходованию средств Фонда осуществляются Министерством культуры.

Отрасль культуры представляет стратегический ресурсы страны. Культура и искусство являются системообразующим фактором консолидации и развития общества в национальном и региональном масштабе. В законодательных актах рассматриваются базовые понятия, направления культурной деятельности, субъекты культурной деятельности, содержание и приоритеты государственной политики и государственного регулирования и управления в сфере культуры и искусства, типы организаций культуры и другие аспекты. При планировании создания социально-культурных институтов учитываются исторические, национальные и географические особенности местности.

Реорганизация и ликвидация государственных организаций культуры, имеющих особое значение для сохранения, развития и распространения белорусской национальной культуры, осуществляется по решению Правительства Республики Беларусь, которое утверждает перечень таких организаций культуры.

Частные организации культуры и искусства создаются и прекращают свою деятельность в порядке, установленном Гражданским кодексом Республики Беларусь и законами Республики Беларусь «О предпринимательской деятельности в Республике Беларусь», «О хозяйственных обществах».

Значительные льготы по использованию финансовых ресурсов организациям культуры и искусства предоставляет Указ Президента Республики Беларусь № 457 от 3 сентября 2010 г. «О поддержке отдельных организаций культуры и внесении изменения в Указ Президента Республики Беларусь от 28 декабря 1999 г. № 770». Государство также уделяет внимание поддержке молодых талантов. С этой целью создан и функционирует Фонд Президента Республики Беларусь по поддержке талантливой молодежи.

Тема 2. Продюсерство как предпринимательская деятельность

Предпринимательская деятельность (ст. ГК РБ) – это самостоятельная инициативная деятельность юридических и физических лиц, осуществляемая ими в гражданском обороте от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность, направленную на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи вещей, произведенных, переработанных или приобретенных указанными лицами для продажи, а также от выполнения работ или оказания услуг, если эти работы или услуги предназначаются для реализации другим лицам и не используются для собственного потребления.

Предпринимательство – это поиск новых сфер рационализации и выгодного вложения ресурсов, осуществление новых комбинаций в производстве, движение на новые рынки, создание новых продуктов.

Предпринимательство нацелено на получение прибыли сверх среднего уровня путем наиболее полного удовлетворения потребностей на основе достижения успеха и лидерства в той или иной сфере экономической деятельности. Неотъемлемой частью предпринимательства являются предвидение, обоснованный риск и стратегическое управление.

Виды и формы предпринимательства и их взаимосвязь: производственное, коммерческое (торговое), финансовое, кредитное, посредническое, страховое. Производственное предпринимательство является, как правило, наиболее сложным и рискованным занятием. Существенными рисками являются риск нереализации

произведенной продукции и неплатежи покупателей. Вторым по значимости считается коммерческое (торговое) предпринимательство. Для этого бизнеса характерны непосредственные экономические связи с оптовыми и розничными потребителями товаров, работ, услуг.

Любой вид предпринимательской деятельности облагается налогами. У одного предпринимателя могут быть различные виды предпринимательской деятельности.

Предпринимательская этика – это совокупность норм поведения предпринимателя, требования, предъявляемые культурным обществом к его стилю работы, характеру общения между участниками бизнеса, их социальному облику.

Продюсерство является разновидностью предпринимательской деятельности, так как отвечает характеристикам предпринимательства, данным в Законе Республики Беларусь «О предпринимательской деятельности». Продюсерство в сфере культуры и искусства – это система целей, принципов, функций и технологий в социально-культурной деятельности, обеспечивающая разработку и реализацию комплекса мероприятий стратегического и тактического характера в соответствии с философией и миссией учреждений культуры и искусства.

Функции предпринимательства в рыночной экономике: общеэкономическая; ресурсная; творческо-поисковая (инновационная); социальная; организаторская.

Продюсерство является важным инструментом реализации услуг в сфере искусства. Проект может разделяться на несколько направлений. В этой связи различаются: исполнительный, функциональный, ассоциированный и линейный продюсеры.

Существуют различные признаки классификации видов предпринимательской деятельности: по организационно-правовым формам (унитарное предприятие, ООО, ОДО, ОАО и др.); по форме государственной регистрации; по формам собственности); по масштабам деятельности.

Так, в частности, минимальный размер уставного фонда устанавливается в размерах, предусмотренных учредительными документами. Рассмотрим распределение прибыли в ООО, а также основные законодательные акты, регулирующие

деятельность ООО и ОДО. Обществом с дополнительной ответственностью (ОДО) считается хозяйственное общество с числом участников не менее двух и не более пятидесяти, уставный фонд которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров. Участники общества солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в пределах, определенных учредительными документами общества, пропорционально вкладам этих участников в уставном фонде ОДО. Деятельность ОДО регулируется теми же законодательными актами, что и ООО.

В Республике Беларусь государственный сектор экономики представлен унитарными предприятиями, основанными на праве хозяйственного ведения или на праве оперативного управления. Они находятся в республиканской собственности или собственности административно-территориальных единиц (коммунальной).

Учредительным документом предприятия, основанного на праве хозяйственного ведения, является устав. Его утверждает уполномоченный на то государственный орган или орган местного самоуправления. В уставе указываются размер уставного фонда, предмет и цели деятельности государственного унитарного предприятия.

Размер уставного фонда для предприятий, основанных на праве хозяйственного ведения, должен быть не меньше суммы, устанавливаемой государством на момент государственной регистрации предприятия. При этом уставной фонд должен быть полностью оплачен собственником имущества предприятия до его государственной регистрации.

Отличительная особенность акционерных обществ – формирование уставного фонда за счет размещения эмиссионных ценных бумаг (акций, удостоверяющих обязательные права участников по отношению к обществу). Участник ОАО может отчуждать принадлежащие ему акции любому лицу, без согласия других акционеров. Открытое акционерное общество обязано ежегодно публиковать годовой отчет, бухгалтерский баланс и другие документы, касающиеся

финансового состояния акционерного общества, в открытой печати. В ЗАО акционер может отчуждать свои акции с согласия других акционеров – ограниченному кругу лиц. Если количество участников ЗАО составляет более 50-ти человек, то оно подлежит преобразованию в ОАО. При планировании распределения чистой прибыли предусматривается выплата процентов по акциям. Решение о выплате дивидендов зависит от финансовых результатов деятельности акционерного общества.

В сфере культуры функционируют коммерческие и некоммерческие организации. Их понятие дано в ст. 46 Гражданского кодекса Республики Беларусь.

К коммерческим относятся организации, основной целью которых является получение прибыли. Некоммерческие организации, наоборот, не рассматривают в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и не распределяют полученную прибыль между участниками. Их деятельность направлена на достижение культурных, образовательных, научных, благотворительных и иных общественно-полезных целей. В Республике Беларусь некоммерческие организации могут создаваться в форме потребительских кооперативов, общественных или религиозных организаций (объединений), финансируемых собственником учреждений, благотворительных и иных фондов, а также в других формах, предусмотренных законодательством.

Значительную часть некоммерческих организаций в сфере культуры составляют учреждения культуры. Большинство музеев, театров, библиотек функционирует в форме государственных учреждений. Особенность учреждения состоит в том, что оно не является собственником имущества и владеет им на праве оперативного управления. При этом учредитель (государство, профсоюзы и др.) сохраняет право собственности на переданное имущество и контролирует его сохранность. Учреждение не имеет права совершать какие-либо операции с данным имуществом без согласования с собственником. Учредитель, в свою очередь, обязан в полном или частичном объеме финансировать деятельность учреждения (государственные учреждения финансируются из соответствующих бюджетов).

Большинство организационно-правовых форм некоммерческих организаций культуры имеют право осуществлять предпринимательскую деятельность, если она служит достижению уставных целей деятельности организации, и доходы от нее направляются на развитие некоммерческой деятельности. Однако ассоциациям (союзам) запрещено заниматься любыми видами предпринимательства.

Законодательство Республики Беларусь содержит определение: «Продюсер – это юридическое или физическое лицо, взявшее на себя инициативу и ответственность за финансирование и производство фильма». В законе «Об авторском праве и смежных правах» термин «производитель аудиовизуального произведения» трактуется как «...физическое или юридическое лицо, взявшее на себя инициативу и ответственность за создание и финансирование создания аудиовизуального произведения».

Продюсер разрабатывает бизнес-план, определяет стратегии реализации проекта. Обязанности продюсера отражены в квалификационном справочнике «Должности служащих, занятых в культуре и искусстве», являющемся Приложением к постановлению Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 29 декабря 2000 г. № 25 «Об утверждении квалификационного справочника “Должности служащих, занятых в культуре и искусстве”» (в ред. постановлений Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 22 августа 2003 г. № 97). Продюсер осуществляет выдвижение, разработку и выполнение идей социально-культурных проектов в сфере искусства, формирует и обосновывает значение и целесообразность выдвинутых проектов, способствующих формированию определенных культурно-эстетических взглядов, обеспечивающих удовлетворение идейно-художественных, духовных потребностей общества, а также получение прибыли или личного дохода при наименьших затратах материальных, трудовых и финансовых ресурсов. А также определяет пути и методы проведения социально-культурных проектов и обеспечивает их финансирование собственными средствами; выполняет и многие другие обязанности.

Продюсер должен знать: нормативные правовые акты, регулирующие деятельность организаций и творческих союзов в сфере искусства; постановления

и решения министерств, управлений и вышестоящих органов, определяющих деятельность учреждений социально-культурной сферы; нормативные и методические материалы, определяющие требования к идейно-художественному уровню социально-культурных произведений в искусстве; состояние и перспективы развития культурной жизни в стране и за рубежом; основные направления маркетинговой, фондовой, научно-исследовательской, методической работы учреждений сферы искусств и методы проведения этой работы; передовой отечественный и зарубежный опыт работы подобных учреждений; основы маркетинга, экономики, организации труда и управления; основы трудового законодательства.

В задачи государственного регулирования предпринимательства входят:

- создание правовой основы развития предпринимательства и осуществление контроля за соблюдением правовых норм и законодательства, направленного на защиту интересов всех субъектов рынка;
- формирование условий для развития в стране свободного предпринимательства;
- обеспечение социально-экономического развития страны и повышение платежеспособного спроса ее населения;
- формирование и развитие предпринимательской инфраструктуры, способствующей развитию предпринимательства в стране и регионах;
- установление и обеспечение соблюдения в хозяйственной практике рыночных правил и этико-правовых норм предпринимательства.

Тема 3. Договорной режим производственно-коммерческой деятельности

Договором признается соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей.

Договоры и связанные с ними документы:

коммерческие предложения;

дополнительные соглашения;

приложения к договорам (технические задания, сметные расчеты, графики выполнения работ).

Работа с договорной документацией состоит из большого количества этапов, в которые вовлечены ключевые сотрудники учреждения. Договорная работа является основой ведения бизнеса. Эффективная работа с договорами непосредственно влияет на конкурентоспособность и рентабельность учреждения.

Процесс работы с договорами состоит из следующих этапов:

- подготовка проекта договора;
- согласование договора;
- передача на подпись контрагенту;
- контроль сопроводительных документов;
- планирование исполнения договора;
- контроль и продление срока действия;
- расторжение договора.

Контрагент (лат. *contrahens* – заключающий договор) – юридическое или физическое лицо (его представители), с которым принимающей стороной заключен гражданско-правовой договор.

В условиях рыночной экономики результаты деятельности предприятий во многом определяются системой договорных отношений, которая предполагает широкое использование в коммерческой и производственной деятельности различных хозяйственных договоров. Основные правила совершения сделок, общие положения об обязательствах и договорах установлены Гражданским кодексом Республики Беларусь.

Ст. 154 Гражданского кодекса Республики Беларусь дает следующее понятие сделки: «Это действия граждан и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей». Последние включают в себя обязательства, возникающие из договоров и иных сделок.

Понятие «обязательства» приведено в ст. 288 Гражданского кодекса Республики Беларусь: «Обязательство – это правоотношение, в силу которого одно

лицо (должник) обязано совершить в пользу другого лица (кредитора) определенное действие (передать имущество, выполнить работу, уплатить деньги и т.п.) либо воздержаться от определенного действия, а кредитор имеет право требовать от должника исполнения его обязанности».

К договорам применяются правила сделки. Любой договор является сделкой. Коммерческая и производственная деятельность может быть представлена как совокупность одно-, двух- и многосторонних сделок, создающих основания для установления, изменения и прекращения обязательств.

Основным признаком сделки является правомерное волевое действие, в котором отражается постановка цели (чего желательно достичь) и способ ее достижения (что для этого необходимо сделать). Совершение сделки предполагает наличие у субъекта определенного уровня сознания и воли. Это означает, что лицо (лица), совершающие сделку, должны обладать правоспособностью и дееспособностью.

Для того чтобы сделка «породила» правовые последствия, воля лица на ее совершение должна быть выражена способами, установленными в законодательстве. Способы выражения воли называются волеизъявлением.

Сделки классифицируются по различным критериям. В зависимости от числа сторон, участвующих в сделке, различают:

- односторонние – для совершения необходимо и достаточно выражения воли (действия) одной стороны (например, завещание, выдача доверенности);
- двухсторонние – необходимо выражение согласованной воли (действий) двух сторон (например, договор аренды, займа);
- многосторонние – участвуют три и более стороны (например, договор о совместной деятельности).

По принципу встречного предоставления различают: возмездные сделки, когда имущественному предоставлению одной стороны (оказанию услуг, производству работ и т.д.) соответствует встречное удовлетворение другой стороны, и безвозмездные, по которым одна сторона обязуется предоставить что-либо другой стороне без встречного предоставления (например, дарение).

Сделка признается *действительной* при соблюдении ряда условий:

- если она заключена дееспособными гражданами (частично дееспособные совершают сделки в пределах, предусмотренных законом);
- совершена на основе сознательного волеизъявления сторон, направленного на достижение правомерным способом не запрещенных законодательством конкретных результатов;
- если осуществлена в соответствии с целями, отвечающими уставной деятельности юридических лиц.

Письменная форма является обязательной для сделок юридических лиц между собой и с гражданами, а также для сделок между гражданами, превышающих установленную в Гражданском кодексе Республики Беларусь сумму.

Стороны могут заключить договор как предусмотренный, так и не предусмотренный законодательством, а также договор, в котором содержатся элементы различных договоров, предусмотренных законом или иными правовыми актами (смешанный договор).

Договор может быть возмездным, когда стороны за исполнение своих обязанностей должны получить плату или иное встречное предоставление, или безвозмездным – если таковая плата не предусматривается (ст. 393 Гражданского кодекса Республики Беларусь). Договор вступает в силу и становится обязательным для сторон с момента его заключения (ст. 395 Гражданского кодекса Республики Беларусь).

Обязательства возникают из договора вследствие причинения вреда и из иных оснований, предусмотренных законодательством. В обязательстве в качестве каждой из его сторон – кредитора или должника – могут участвовать одно или одновременно несколько лиц. Односторонний отказ от исполнения обязательства и одностороннее изменение его условий не допускаются, за исключением случаев, предусмотренных законодательством.

Продюсерский договор — состоит из разных форм договоров. Самые популярные конструкции для включения их в основу продюсерского – агентский договор, авторский заказ, лицензия, отчуждение.

Тема 4. Сфера культуры и искусства как составляющая экономической деятельности

В Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. (НСУР-2030) определяются цели, этапы и направления перехода Республики Беларусь к постиндустриальному обществу и инновационному развитию экономики при гарантировании всестороннего развития личности, повышении стандартов жизни человека и обеспечении благоприятной окружающей среды.

Стратегической целью развития культуры является повышение ее социальной роли в жизни белорусских граждан, упрочение статуса Беларуси в мире как самостоятельного высококультурного государства, бережно сохраняющего свое историческое наследие, реализующего конституционные права граждан. Среди важных задач:

– повышение удельного веса бюджетных расходов на развитие культуры с 0,5 % к ВВП в 2013 г. до 2 % к 2030 г.;

– увеличение количества посещений культурных мероприятий, проводимых государственными организациями культуры, к 2030 г. до 5,6 тыс. посещений в год (на 1 тыс. населения);

– увеличение доли учащихся, получающих образование в детских школах искусств, в общем количестве детей школьного возраста с 13,8 % в 2013 г. до 30 % в 2030 г.

Объем национального дохода определяет возможность удовлетворения общегосударственных потребностей и роста общественного производства. Именно с учетом размера национального дохода и его отдельных частей – фонда потребления и фонда накопления – определяются пропорции развития экономики и ее структура.

Финансовая система – это совокупность сфер и звеньев финансовых отношений. В составе финансовой системы выделяют две крупные сферы:

– общегосударственные финансы (централизованные);

– финансы субъектов хозяйствования (децентрализованные).

Есть более широкое толкование, согласно которому в состав финансовой системы включают еще две сферы:

– финансовые учреждения (финансовый аппарат), организующие образование, распределение и использование централизованных и децентрализованных фондов денежных средств;

– финансовый рынок.

Количество внебюджетных и целевых бюджетных фондов различается по странам. Оно зависит от финансовой политики и решений органов власти страны. В настоящее время в нашей республике один внебюджетный фонд – фонд социальной защиты населения. В составе целевых бюджетных фондов: фонд национального развития, республиканский централизованный инновационный фонд, республиканский дорожный фонд.

В финансовый аппарат входят органы законодательной и исполнительной власти. Высшим законодательным и представительным органом Республики Беларусь является Парламент – Национальное собрание. Наряду с Парламентом регламентация деятельности финансовой системы осуществляется Президентом страны в форме законов, указов, декретов. Исполнительную власть в стране осуществляют Правительство и местные исполнительные органы.

Госбюджет – самый крупный денежный фонд государства, обеспечивающий выполнение государством его функций. Как финансовый документ, государственный бюджет представляет собой смету доходов и расходов государства. Через госбюджет в Беларуси перераспределяется примерно 30% ВВП и около 50% национального дохода.

Изучить конъюнктуру – значит дать количественную оценку происходящих изменений на рынке. Другими словами, необходимо измерить текущий и перспективный уровни его основных характеристик – спроса и предложения. Объем рыночного спроса в каждый конкретный момент времени составляет некоторую долю емкости рынка. Разница между емкостью и объемом рыночного спроса

определяет перспективность товарного рынка или рынка услуг. Потенциал рынка – это верхний предел рыночного спроса.

Конкуренция – это соперничество между субъектами рынка за лучшие условия производства, купли и продажи товаров и услуг. В процессе кругооборота капитал предприятия проходит 3 стадии: денежная, производительная, товарная формы.

Доходы условно подразделяются на три группы: по текущей (основной) деятельности; от инвестиционной деятельности; от финансовой деятельности. Каждый вид дохода имеет свой порядок формирования, способ учета и методику налогообложения. В связи с этим возникает необходимость управления составом доходов и оптимизацией их структуры.

Выручка от реализации продукции (работ, услуг) включает в себя денежные средства либо иное имущество в денежном выражении, полученные или подлежащие получению в результате реализации товаров, готовой продукции (работ, услуг) по ценам, тарифам в соответствии с договором. Таким образом, выручкой считаются и суммы дебиторской задолженности, образовавшейся при продаже продукции и товаров, выполнении работ и оказании услуг по условиям коммерческого займа.

Формирование разнообразных форм собственности в сфере культуры происходит под влиянием как экономических, так и неэкономических факторов. Среди них наиболее важными являются следующие:

- отношение государства к сфере культуры, которое реализуется в форме государственной культурной политики;
- претензии различных классов, групп населения, религиозных, общественных организаций и движений, политических партий, ассоциаций производителей и отдельных потребителей к объектам культуры и их результатам;
- отношение органов власти к развитию культуры и искусства;
- интерес со стороны коммерческих структур и капитала к культуре и искусству как сфере бизнеса.

В настоящее время основная часть организаций культуры в Республике Беларусь находится в государственной собственности, а также в собственности ведомств и государственных предприятий. Общая оценка степени рыночных преобразований в сфере культуры и искусства может быть охарактеризована показателями соотношения объемов рыночных и нерыночных услуг, коммерческих предприятий и бюджетных организаций, численностью занятых в них работников, а также долей платных услуг культуры в общем объеме платных услуг.

Культурные проекты различаются **по целям:**

- создание духовных ценностей и произведений искусства;
 - восстановление утраченного достояния;
 - поиск доказательств тех или иных гипотез, мифов, событий в истории;
- по формам конечного продукта:
- аудиовизуальные, связанные с созданием и размещением аудиовизуальной продукции, Интернет-проекты, проекты в области кино и телевидения;
 - художественно-дизайнерские (создание и реставрация художественных ценностей, коллекций одежды, ювелирных украшений и т.д.)
 - сценические (создание театральной, эстрадной, цирковой антрепризы, шоу- проекты, фестивали);
 - полиграфические (издание книг, журналов, календарной продукции); § реставрационные (восстановление памятников истории, религии, культуры);
 - экспериментальные (поиск доказательств или постановка эксперимента по подтверждению исторических гипотез).

Тенденции развития социально-культурных институтов в Республике Беларусь:

1. Коммерциализация деятельности организаций.
2. Стандартизация культурно-досуговых услуг как следствие формирования и развития мировой глобальной культурно-досуговой инфраструктуры.
3. Технизация досуга.

4. Трансформация традиционных форм организации культурно-досуговых услуг для населения в многофункциональные (например, выставочная деятельность дополняется показами коллекций одежды, «вынос» на улицы, открытые пространства театральных показов, музыкальных выступлений);

5. Использование инновационных интерактивных культурно-досуговых проектов и программ для привлечения посетителей и создания нового имиджа организации культуры и искусств;

6. Создание многофункциональных культурно-досуговых центров;

7. Создание новых типов учреждений в соответствии с региональной спецификой и потребностями населения (например, клубы, музеи, клубы-библиотеки, культурно-досуговые центры, спортивно-образовательные центры с филармоническими площадками и др.);

8. Внедрение маркетинговых и рекламных технологий в деятельность организаций культуры и искусства.

Изменения, происходящие в сфере культуры и искусства, тесно связаны с предпринимательской деятельностью. Концепция государственной поддержки сферы культуры и искусства получила законченное развитие в работах Д. М. Кейнса, который обосновал необходимость субсидирования. По степени включения в рыночную экономику следует выделить три группы учреждений:

1) объекты культурного наследия нации (памятники культуры, музейные и архивные фонды, народное творчество), экспериментальные виды искусства, которые не могут быть объектом рыночных отношений в силу их высокой социальной значимости, невоспроизводимости и необходимости сохранения для последующих поколений;

2) организации и учреждения культуры и искусства, входящие в зону ограниченного действия рыночных отношений: организации исполнительского искусства, культурно-массовые учреждения (библиотеки, клубы и т.д.). Услуги этих учреждений обеспечивают гарантированные государством стандарты (нормы) культурного

потребления и поэтому предоставляются населению бесплатно или на льготной основе. Однако эти организации имеют возможность получения дополнительных доходов за счет продажи билетов и предпринимательской деятельности;

3) третья группа учреждений входит в сферу коммерческой эксплуатации. Доходы этих организаций полностью формируются за счет поступлений от населения и коммерческих предприятий, а также от частных и общественных пожертвователей. К ним относятся предприятия аудиовизуальной сферы, шоу-бизнеса, книгопечатания, печатные и экранные средства массовой информации.

Границы между этими группами организаций культуры и искусства подвижны и могут смещаться в результате проводимой культурной политики государства и его экономического потенциала, исторических и национальных культурных традиций, потребительских предпочтений населения, уровня жизни и платежеспособного спроса, развитости рыночных отношений, наличия институтов общественных и частных пожертвований.

Тема 5. Финансово-экономическая деятельность продюсера

Финансирование затрат в сфере культуры и искусства определяется традициями государства и бизнеса в отношении к культуре. Большинство развитых европейских стран признает возможность влияния культуры на экономическую эффективность и то, что культурные ценности являются условием совершенствования процесса производства, социальной ответственности.

В большинстве европейских стран бюджетное финансирование остаётся одной из главных форм поддержки сферы культуры и искусства. Однако затраты на эти нужды в общих расходах бюджетов стран составляют сравнительно небольшую часть – от 0,2% до 2,5%.

Сравнивать объёмы финансирования сферы культуры и искусства принято по трём основным показателям:

– государственные и частные расходы на культуру в процентах от валового внутреннего продукта (ВВП);

– доля расходов на культуру в общем объёме государственного бюджета;

– расходы на культуру в расчете на душу населения.

Все источники финансирования можно разделить на собственные, заемные и привлеченные. Способы привлечения ресурсов и их размеры зависят от организационно-правовой формы организации и масштаба ее деятельности. Продюсер прежде всего должен рассчитывать на свои средства, поэтому первостепенное внимание уделяется формированию собственного капитала. Доля этой группы в общем объеме источников финансирования варьируется в зависимости от положений учредительских документов и результативности деятельности организации, предприятия.

Стоимость собственного капитала представляет собой соотношение между суммой привлекаемого собственного капитала и вознаграждением, которое акционеры ожидают получить в обмен на свой капитал.

Известны четыре формы технологий финансирования:

- в форме прямого финансирования (национальных музеев, архивов, библиотек), в форме общих и целевых бюджетных трансфертов (реализация национальных программ развития культуры);
- на основе совместного финансирования органов власти разного уровня;
- на основе смешанного государственно-частного финансирования;
- через независимые посреднические структуры.

Цена капитала – стоимость средств компании (как заемного, так и собственного капитала), или с точки зрения инвестора «норма доходности проекта продюсера». Данный показатель полезен для продюсера, так как позволяет видеть, какую сумму средств нужно вложить, чтобы сформировать объем финансовых ресурсов, который позволит покрыть постоянные и переменные издержки и иметь положительный финансовый результат. Цену капитала определяют в виде десятичной дроби или процента. Ее можно рассчитывать как по отдельным источникам, так и в целом по предприятию формулы расчета.

Если банк принимает положительное решение о выдаче кредита, то составляется кредитный договор. В договоре устанавливаются такие параметры, как

сумма, процент, схема погашения задолженности, срок, обеспечение, ставка рефинансирования, формула расчета процентов.

Сумма ссуды (основной долг) определяется исходя из целевого назначения кредита. Например, сумма кредита на увеличение оборотных средств (затраты на фонограмму, канцелярские товары, материалы для художников, электроэнергия и др.) рассчитывается исходя из требуемого норматива за вычетом тех источников финансирования, которые имеются у организации на эти цели. Кредит на финансирование основных средств (осветительная и съемочная аппаратура, операторская техника, автотранспорт и др.) выдается на сумму приобретения необходимой техники и оборудования с учетом затрат на доведение до состояния, пригодного к использованию, плюс суммы таможенных пошлин и сборов, если аппаратура импортная. Если в кинопроизводстве используются арендуемые основные средства, то при расчете суммы кредита учитывают согласованные лизинговые или арендные платежи за весь срок съемочного процесса, проценты за кредит, порядок погашения кредита.

Для оценки эффективности работы предприятия необходимо сопоставить получаемые результаты с затратами или используемыми ресурсами. Для этого применяется относительный показатель, характеризующий степень прибыльности предприятия – рентабельность.

Тема 6. Проблемы и перспективы развития продюсерской деятельности

Деятельность продюсера в первую очередь связана с его способностью к многоуровневому и всестороннему общению. Коммуникативная культура, коммуникабельность продюсера детерминируют успех разрабатываемых проектов.

Существуют различные коммуникативные барьеры, которые создают ограничения в продюсерской деятельности, это, как правило, обычно всё то, что препятствует эффективному общению и блокирует его:

- установление контакта с группой;
- развитие отношений в коллективе, сохранение группового единства;

– отсутствие или несформированность средств групповой деятельности (ясно выражать мысли, аргументировать, вести дискуссию).

Продюсеры часто сталкиваются с различными типами партнеров: доминантным, недоминантным, мобильным, ригидным (неспособность адаптироваться к новым условиям, идти на компромисс или менять свою систему взглядов и убеждений, негибкость), экстравертным, интровертным, манеры и характеристики поведения которых различны.

Эффективность реализации продюсерского проекта измеряется количественными показателями: доходы от продажи билетов, заполняемость зала, схема проката, сокращение затрат и пр. Однако достижение позитивных коэффициентов возможно лишь за счет осуществления преуспевающей деятельности в отношении конкурентов, формирования узнаваемого бренда, поддержания интереса аудитории и привлечения спонсоров.

Существует также проблема невидимости профессии продюсера, которую можно связать сразу с несколькими причинами из областей эмоционального и рационального одновременно. Есть ряд артистов, например, которые полагают, что могут самостоятельно заниматься вопросами продюсирования, однако они недооценивают объём вопросов, которые необходимо решать, прежде чем позиционируемый культурный продукт станет востребованным у целевой аудитории.

Продюсер - работа с нечеткими границами. Основная задача продюсера – превратить творческий хаос в приносящий деньги проект, и это – основная сложность. В процессе продвижения фильма или другого культурного продукта есть много нюансов, и все их нужно учитывать. Кроме того, даже если продюсер идеально сделает все, что от него требуется, это не будет гарантировать результата.

Из сложностей в работе продюсера отметим также постоянный стресс и неопределенность. Нужно постоянно объяснять творческим личностям, почему в рамках финансирования проекта им нужно сделать то, что предлагает продюсер, а не то, что они хотят.

Реальных вакансий для продюсера не так много, обычно такого рода информация распространяется через локальные закрытые чаты в социальных сетях.

Будущее профессии продюсера подразумевает два пути карьерного движения: горизонтальный и вертикальный.

В первом случае осваиваются новые навыки и получаются смежные специальности. Например, телевизионный продюсер может стать исполнительным или выпускающим.

Вертикальный рост предполагает должность генерального продюсера, который контролирует работу всех продюсеров. А также в перспективе можно осуществлять продюсерскую деятельность на зарубежных площадках.

Поскольку на рынке социально-культурных услуг есть специалисты, которые недобросовестно выполняют обязанности продюсера, ряд успешных проектов (от канала на Ютубе до создания фильма и театральных постановок) даст возможность компетентному эксперту репутацию, которая позволит занять устойчивые конкурентные позиции, а также завоевать доверие у целевой аудитории.

Таким образом, в условиях быстроменяющегося мира, продюсеры сталкиваются с новыми вызовами в различных сферах: кино, телевидении, музыке, театре, но одновременно открываются и новые возможности. Среди ключевых проблем продюсерской деятельности выделим такие, как:

- экономические трудности. Мировая экономика продолжает испытывать последствия пандемии и геополитических конфликтов. Это сказывается на финансировании проектов, что приводит к ограничению бюджетов и необходимости более тщательного планирования. Продюсерам приходится искать альтернативные источники финансирования и оптимизировать расходы;

- конкуренция. С увеличением количества платформ для распространения контента (стриминговые сервисы, социальные сети и т.д.) конкуренция за внимание аудитории становится острее. Продюсеры должны предлагать уникальные и качественные проекты, чтобы выделиться на фоне большого потока контента;

- изменения в потребительских предпочтениях. Современный зритель становится все более требовательным и разнообразным в своих предпочтениях. Продюсерам важно учитывать культурные и социальные тренды, чтобы создавать актуальный контент, соответствующий ожиданиям аудитории;

– технологические вызовы. Развитие технологий, таких как искусственный интеллект и виртуальная реальность, открывает новые горизонты, но также требует от продюсеров дополнительных знаний и навыков. Необходимо адаптироваться к новым инструментам, что может стать серьезным барьером для многих.

Среди перспектив продюсерской деятельности отметим следующие:

– инновационные форматы контента. С учетом изменений в потребительских предпочтениях, продюсеры могут экспериментировать с новыми форматами, такими как интерактивные шоу, подкасты и короткометражные фильмы. Это позволяет расширять аудиторию и привлекать внимание новых зрителей;

– устойчивое развитие. Все больше продюсеров обращают внимание на экологические и социальные аспекты своей деятельности. Создание фильмов и проектов с учетом устойчивого развития не только отвечает современным требованиям, но и может привлечь внимание аудитории, заботящейся о будущем планеты;

– глобализация контента. С ростом международных платформ, таких как Netflix и Amazon Prime, продюсеры получают возможность выходить на глобальные рынки. Это открывает новые возможности для кросс-культурного сотрудничества и расширения аудитории;

– развитие технологий. Технологические новшества, такие как блокчейн для защиты авторских прав, новые методы дистрибуции и создания контента, могут значительно упростить работу продюсеров. Адаптация к новым технологиям может стать ключевым фактором успеха.

Для продюсера важно не только реагировать на текущие проблемы, но и активно искать инновационные решения, чтобы быть конкурентоспособным в условиях современного рынка.

2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

2.1. Материалы к практическим занятиям

Практическое занятие 1.

Основы продюсерского мастерства

Вопросы для обсуждения

1. Характеристика понятия «продюсер».
 2. Основные цель, задачи, функции деятельности продюсера.
 3. Три направления продюсерской деятельности: художественно-творческая, организационно-предпринимательская, финансово-экономическая.
 4. Профессиональные компетенции и компетентность продюсера.
 5. Профессиональная этика продюсера и его команда.
- Круглый стол по перечисленным вопросам.

Практическое занятие 2.

Организационно-творческие аспекты деятельности продюсера

Вопросы для обсуждения

1. Основные виды продюсирования.
 2. Роль продюсера в управлении проектом, его основные задачи.
 3. Креативные технологии в деятельности продюсера.
 4. «Социальный заказ», режиссерский замысел и сценарий будущей постановки как основа организации и планирования работы режиссерско-постановочной группы.
 5. Лидерство в деятельности продюсера.
 6. Важные аспекты в процессе организации взаимодействия со СМИ.
 7. Причины неудач в деятельности продюсера.
- Круглый стол по перечисленным вопросам.

Практическое занятие 3.

Сравнительная характеристика и стратегии развития продюсерских центров в России и РБ

Выбрать продюсерский центр в России и РБ и дать сравнительную характеристику. Результаты анализа изложить в таблице.

Осуществить также мониторинг деятельности выбранных продюсерских центров, с использованием SWOT-анализа:

Strengths (сильные стороны),

Weaknesses (слабые стороны),

Opportunities (возможности),

Threats (угрозы).

Представить иллюстративные материалы (не меньше 5).

Практическое занятие 4.

Роль продюсера в финансировании социально-значимых проектов

Вопросы для обсуждения

1. Привлечение финансовых средств как основная составляющая деятельности продюсера.

2. Источники финансирования социально-значимых проектов: бюджетное и внебюджетное.

3. Альтернативные формы финансирования продюсерских проектов.

4. Особенности и проблемы финансирования продюсерских проектов в социально-культурной сфере.

5. Механизмы привлечения спонсоров.

Круглый стол по перечисленным вопросам.

Практическое занятие 5.

Применение технологии бенчмаркинга в продюсерской деятельности

На основе изучения книг (выбрать 1) по музыкальному, театральному, теле или радио, кинопродюсированию и др. написать реферат по прочитанному и сделать доклад. Регламент выступления – 10 минут. Желательно создать презентацию как сопровождение доклада.

Оформить правильно литературные источники, которым пользовались.

Практическое занятие 6.

Спонсорская и меценатская деятельность: предпринимательский аспект

Подготовить доклад об известном спонсоре или меценате в области культуры и искусств (зарубежный, российский, отечественный опыт).

Оформление доклада (объем не менее 7 страниц) с использованием шрифта Times New Roman, размер 14, межстрочный интервал точно 18. Поля верхнее и нижнее – 2 см, левое – 3 см. правое – 1 см. Желательны иллюстративные материалы.

2.2. Материалы к семинарским занятиям

Семинарское занятие 1 (4 часа)

Продюсер как стратег, менеджер и маркетолог

Написать реферат на одну из перечисленных тем.

Объем реферата – не менее 10 страниц.

Обязательно наличие оглавления (1 и 2 глава) и списка использованной литературы (5 источников и более – 2 книги минимум плюс 3 ссылки на интернет-источники, обязательно правильное оформление).

Оформление реферата – использование шрифта Times New Roman, размер 14, межстрочный интервал точно 18. Поля: верхнее, нижнее, левое – 2 см, правое – 1 см.

Примерные темы рефератов

1. Продюсирование телевизионных проектов.
2. Продюсирование в киноиндустрии.
3. Продюсирование в сфере исполнительских искусств.
4. Продюсирование интернет проектов.
5. Продюсирование в шоу-бизнесе.
6. Продюсирование социально-культурных проектов.
7. Краудфандинг: исторические аспекты и современные технологии.
8. Селебрити-маркетинг как новый подход в финансировании проекта.
9. Продакт-плейсмент как инструмент продюсерской деятельности.
10. Взаимодействие культуры и бизнеса: креативные подходы в спонсоринге.
11. Риски в продюсерской деятельности, их последствия и способы защиты от них.
12. Нарушение и защита авторских прав в продюсерских проектах.
13. Продакт-плейсмент как инструмент продвижения проекта.
14. Деятельность продюсера по созданию персонального бренда.
15. Мировой опыт продюсирования фестивалей.

Семинарское занятие 2 (2 часа)

Компетентность продюсера

Выбрать 2 известных представителей в области продюсерства (зарубежный, российский, белорусский опыт) и сделать презентацию (не менее 20 слайдов). (Джерри Брукхаймер, Джоэль Сильвер, Скотт Рудин, Арнон Милчан, Стивен Спилберг, Джордж Лукас и др.).

Рекомендуется следующая структура:

1. Семейные традиции, образование, мечты.
2. Первые шаги в профессиональной сфере.
3. Успешные проекты: технологический аспект.
4. Основные принципы продюсерской деятельности.
5. Мотивационная основа действий.

6. Взаимоотношения с социальным окружением.
7. Личностные и профессиональные качества

2.3. Рекомендуемая литература

для выполнения практических и семинарских заданий

1. Аналитика культурных индустрий: до и после [пандемии] : монография / И. А. Ахьямова [и др.] ; науч. ред. М. А. Беляевой. – Екатеринбург : Екатеринбургская академия современного искусства, 2020. – 238 с.
2. Командышко, Е. Ф. Арт-менеджмент : учебник / Е.Ф. Командышко. – М. : ИНФРА-М, 2022. – 194 с.
3. Макарэвіч, Г. У. Развіццё кінаіндустрыйі ва ўмовах глабалізацыі / Г. У. Макарэвіч // Роднае слова. – 2021. – № 4. – С. 78–80.
4. Продюсерство. Экономико-математические методы и модели / под ред. Ю. В. Криволицкого, Л. А. Фунберга. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, – 2018. – 319 с.
5. Романчик, Н. В. Сюжетно-ролевое моделирование: развитие личности руководителя : учебно-метод. пособие / Н. В. Романчик, Е. П. Пыко. – Мн. : РИВШ, 2024. – 164 с.
6. Сидоренко, В.И. Трудовые аспекты продюсирования / В.И. Сидоренко, Е.А. Звезгинцева, И.Л. Гусева; под ред. В.И. Сидоренко. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2020. – 303 с.
7. Сферный подход в теории и практике социально-культурной деятельности : монография / Л. Н. Жуковская, С. В. Костылев, О. Ф. Морозова [и др.]. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2020. – 200 с.
8. Чаморро-Премюзик, Томас. Уверенность в себе : как повысить самооценку, преодолеть страхи и сомнения : пер. с англ. / Т. Чаморро-Премюзик. – М. : Альпина Паблишер, 2019. – 333 с.
9. Экономика организации (предприятия) : учеб. пособие / Т. К. Руткаускас [и др.]; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Т. К. Руткаускас. – 2-е изд., перераб. и доп. – Екатеринбург : Изд-во УМЦУПИ, 2018. – 260 с.

3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

3.1. Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы магистрантов

Самостоятельная работа, осваивающих образовательные программы углубленного высшего образования, рассматривается как целенаправленная, внутренне мотивированная, структурированная и корректируемая самими субъектами образовательного процесса деятельность по самостоятельному поиску профессиональной информации, ее систематизации, анализу, оценке и последующему использованию в учебной и научно-исследовательской деятельности в рамках повышения своей профессиональной компетентности.

В процессе изучения учебной дисциплины «Правовые и экономические основы продюсерской деятельности» самостоятельная работа включает выполнение всех видов аудиторных (проведение экспресс-опросов по темам, выносимым преподавателем на самостоятельное изучение; теста, определяющего уровень знаний по определенному блоку дисциплины; опроса в форме игры) и внеаудиторной (выполнение письменных заданий, подготовка сообщения по выбранной теме, составление мини-гlossария, тестовых заданий, написание эссе) работы.

Самостоятельная работа магистрантов по учебной дисциплине «Правовые и экономические основы продюсерской деятельности» направлена на поиск фактографических сведений, отражающих практическую деятельность продюсеров, через анализ информационных материалов, представленных в периодических и продолжающихся профессиональных изданиях; на сайтах организаций и учреждений культуры; на персональных страничках в социальных сетях и Интернет-сообществах.

3.2. Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Основные законодательные акты, регулирующие правовые аспекты развития культуры и искусства.
2. Нормативно-правовые акты, отражающие особенности деятельности различных типов и видов организаций культуры и искусства.
3. Содержание понятий: бизнес, предпринимательство, предпринимательская деятельность.
4. Субъекты предпринимательской деятельности в сфере культуры и искусства.
5. Основные задачи и содержание продюсерской деятельности.
6. Исторические предпосылки возникновения и развития продюсерской деятельности.
7. Особенности продюсирования социально-культурных проектов.
8. Роль продюсера в управлении проектом, его основные задачи.
9. Проблемы и перспективы продюсерской деятельности.
10. Предпринимательская деятельность как форма финансирования продюсерских проектов.
11. Значение деятельности по управлению рисками в продюсерской деятельности.
12. Авторское право в деятельности по производству и реализации творческих проектов.
13. Основные обязанности и функции продюсера.
14. Продюсер и иные субъекты предпринимательской деятельности в аудиовизуальной сфере.
15. Общества с ограниченной ответственностью и общества с дополнительной ответственностью, их учредительные документы, сильные и слабые стороны.
16. Акционерные общества, особенности их создания и функционирования.
17. Виды сделок, их действительность.

18. Договор как основа коммерческих обязательств.
19. Тенденции развития организаций культуры и искусства в Республике Беларусь.
20. Формирование и развитие рыночных отношений в сфере культуры и искусства.
21. Содержание понятий: валовой внутренний продукт, национальный доход, финансовая система государства.
22. Содержание понятий: государственный бюджет и бюджетная система; рынки.
23. Конкуренция среда и конкурентные стратегии в сфере искусства.
24. Необходимость и значение планирования в продюсерской деятельности.
25. Стратегическое планирование в организациях.
26. Краткая характеристика экономических терминов (показателей), используемых в практике организаций культуры и искусства: капитал, цена капитала, активы, инвестиции.
27. Краткая характеристика понятий «доходы», «расходы», «прибыль».
28. Ключевые расходы организаций в сфере искусств.
29. Источники финансирования продюсерской деятельности.
30. Формирование собственных источников финансовых ресурсов.
31. Управление заемным капиталом.
32. Ценообразование в продюсерской деятельности.
33. Управление долгосрочными активами организации.
34. Управление краткосрочными активами (оборотными средствами).
35. Особенности продюсерской деятельности в музыкальной индустрии.
36. Жизненный цикл социокультурного проекта на рынке: зарубежный и отечественный опыт.
37. Перспективы использования интернет-технологий в современном шоу-бизнесе.
38. Специфика мерчандайзинга в театральном искусстве: отечественный и зарубежный опыт.

39. Особенности реализации концертных проектов в белорусской музыкальной индустрии.

40. Роль и значение СМИ в реализации социокультурных проектов.

41. Организация промокампании как этап представления проекта.

42. Особенности разработки и создания имиджа исполнителя в сфере культуры и искусства.

43. Основные составляющие комплекса маркетинга. Роль маркетинга в процессе реализации продюсерского проекта.

44. Ключевые составляющие маркетинговых коммуникаций и их использование в деятельности продюсера.

45. Критерии оценки продюсерского проекта. Принципы анализа аудиовизуальных произведений.

46. Оценка результатов деятельности продюсера.

4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

4.1. Учебная программа

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННЫХ ЗНАНИЙ ИМЕНИ А.М.ШИРОКОВА»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Института современных знаний
имени А.М.Широкова

А.Л.Капилов

. .2024

Регистрационный № УД-02- /уч.

ПРАВОВЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОДЮСЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
7-06-0215-03 Арт-менеджмент

2024 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 7-06-0215-03-2023 и учебного плана по специальности 7-06-0215-03 Арт-менеджмент

СОСТАВИТЕЛЬ:

Ю.В.Мицкевич, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин и менеджмента Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М.Широкова», кандидат педагогических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

А.М.Стельмах, доцент кафедры менеджмента СКД УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат искусствоведения, доцент
Н.В.Бычкова, заведующий кафедрой художественного творчества и продюсерства Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М.Широкова», кандидат искусствоведения, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой социально-гуманитарных дисциплин и менеджмента Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М.Широкова» (протокол № 10 от 30.05.2024);
Научно-методическим советом Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М.Широкова» (протокол № 4 от 26.06.2024)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа учебной дисциплины «Правовые и экономические основы продюсерской деятельности» нацелена на получение знаний и навыков, необходимых для успешного управления организациями в сфере культуры и искусства.

Разработка и принятие управленческого решения, т.е. выдача командной информации, являются главным итогом управленческого труда. В сфере искусств, прежде всего при создании аудиовизуального произведения продюсер становится ключевой фигурой в системе управления проектом.

Цель деятельности магистранта, с одной стороны, – создание условий для производства качественного культурного продукта, с другой – получение достойной прибыли на вложенный капитал от реализации проекта.

В настоящее время в подготовке магистрантов важную роль играют глубокое изучение основ экономической теории, менеджмента, предпринимательства, маркетинга, финансового менеджмента, управления персоналом, рисками, страхования и бухгалтерского учета, умелое применение информационных технологий.

Почти все задачи, с которыми приходится сталкиваться магистранту и принимать по ним решения, связаны с экономикой. Важно, чтобы магистрант обладал не только творческими способностями и хорошим вкусом, но и глубокими теоретическими знаниями, практическими навыками и умениями в области управления.

Грамотная разработка предпринимательских решений, их оценка и выбор наиболее эффективных решений, а затем их своевременная и качественная реализация во многом определяют для магистранта коммерческий успех дела. Не менее важно для магистранта знать правовые основы своей деятельности, свои права и обязанности в отношениях с авторами произведений, другими организациями, персоналом. Для этого необходимо изучать действующую законодательную базу и нормативно–методическую литературу, повышать свою профессиональную квалификацию.

Цель учебной дисциплины «Правовые и экономические основы продюсерской деятельности» – формирование и закрепление у обучающихся теоретических

знаний и практических навыков в области правовых и экономических норм организации продюсерской деятельности, изучение методических подходов к определению потребности в финансовых ресурсах, методики расчета показателей оценки производственно–финансовой деятельности продюсера.

Задачи учебной дисциплины:

получение комплекса знаний об основных законодательных и нормативных актах, регулирующих правовые аспекты развития организаций культуры и искусства, правовое положение магистранта.

закрепление сути современных терминов предпринимательства, в том числе продюсерства в сфере культуры и искусств, сути макроэкономических терминов;

ознакомление с правами, обязанностями и этическими принципами предпринимателя;

изучение системы продюсерской работы по формированию оригинальной идеи для продвижения товара или услуги;

усвоение сути экономических показателей используемых в практике коммерческих организаций – капитала, цены, активов, доходов, прибыли, инвестиций, расходов, подходами в финансировании затрат;

формирование умений эффективного использования современных рекламных и PR-технологий, с целью достижения позитивного отношения к организации и культурному продукту и повышению спроса;

формирование навыков расчета (определения) экономических и финансовых показателей путем решения учебных задач и оценки хозяйственных ситуаций.

Учебная дисциплина «Правовые и экономические основы продюсерской деятельности» основывается на учебной дисциплине «Менеджмент и маркетинг в сфере искусства».

В результате изучения учебной дисциплины магистрант обязан –

знать:

систему правового обеспечения сферы культуры и искусств;

понятия авторского права и смежных прав;

принципы и характер рыночных отношений в сфере культуры и искусств;
структуру предпринимательства и специфику его осуществления в
сфере культуры и искусств;

уметь:

организовывать свою деятельность в рамках правового поля, применять на
практике законодательные акты и нормативные документы, действующие в сфере
культуры и искусств;

анализировать поведение экономических агентов на культурном рынке;
осуществлять мониторинг результатов своей производственно– хозяйствен-
ной деятельности;

разрабатывать эффективные программы развития бизнеса в сфере культуры
и искусств;

разрабатывать финансовые планы;

разрабатывать экономическое обоснование культурных проектов;

иметь навыки:

планирования основных экономических и финансовых показателей;

ценообразования на произведения и услуги в сфере культуры и искусств;

оценки заемных источников средств, активов, результатов деятельности.

Изучение учебной дисциплины «Правовые и экономические основы продю-
серской деятельности» позволит магистранту обладать следующими специализи-
рованными компетенциями:

СК-4. Знать нормативно-правовую базу Республики Беларусь;

СК-7. Создавать новый сегмент рынка конкурентоспособных услуг в сфере
культуры, используя инновации.

Общий объем часов 94. Объем учебной нагрузки на очной (дневной) форме
получения высшего образования – 36 академических часа, из них лекций – 18 часов,
практических – 12 часов; семинарских – 6 часов; на заочной форме получения выс-
шего образования – 12 академических часов, из них лекций – 6 часов, практических
– 4 часа, семинарских – 2 часа.

Текущая аттестация предполагает оценку выполнения комплекса заданий (4 раза в семестр), а также систематический контроль знаний, умений и навыков магистрантов в виде вопросов по заранее указанной проблематике. Знания студентов оцениваются по 10-балльной шкале в соответствии с критериями оценки знаний и компетенций студентов, разработанными Министерством образования Республики Беларусь.

Форма промежуточной аттестации на очной (дневной) и заочной формах получения высшего образования – экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел 1. Правовые основы продюсерской деятельности

Тема 1. Основные законодательные и нормативные акты, регулирующие деятельность организаций культуры и искусства

Культура как отрасль народного хозяйства, ее структура, виды и типы учреждений и организаций. Понятия «Работник культуры» «Организация культуры», «Творческая деятельность», «Коллектив художественного творчества».

Влияние культуры и искусства на экономическое и социальное развитие государства. Законодательные и нормативные акты, определяющие порядок создания, функционирования и прекращения деятельности организаций культуры и искусства: Гражданский кодекс Республики Беларусь, Кодекс о культуре, Закон РБ «О предпринимательстве», Положение о министерстве культуры в РБ. Долгосрочные государственные программы развития культуры, Стратегия устойчивого социально–экономического роста.

Нормативно–правовые акты, отражающие особенности деятельности различных типов и видов организаций культуры и искусства. Закон об авторском праве и смежных правах. Организации досуга в Республике Беларусь. Порядок организации и проведения культурно–зрелищных мероприятий.

Основные формы государственной поддержки сферы культуры и искусства. Инструменты прямой и косвенной финансовой поддержки.

Тема 2. Продюсерство как предпринимательская деятельность

Содержание понятий «бизнес», «продюсерство», «предпринимательская деятельность».

Субъекты предпринимательской деятельности в Республике Беларусь. Основные виды предпринимательства в сфере культуры и искусств. Организационно–правовые формы коммерческих и некоммерческих организаций, их краткая характеристика.

Коммерческие организации: ООО, ОДО, Унитарные предприятия, ОАО, ЗАО. Учредительные документы. Общие положения в формировании финансовых

ресурсов и распределении прибыли. Ответственность участников по долгам организаций.

Понятие и виды унитарных предприятий (государственные и частные, республиканские и коммунальные). Общие правила и различия в функционировании предприятий, основанных на праве хозяйственного ведения и оперативного управления (казенных предприятий).

Особенности создания и функционирования акционерных обществ. Распределение прибыли, дивидендная политика.

Понятие некоммерческих организаций. Их место в сфере культуры. Виды организационно–правовых форм некоммерческих организаций культуры. Различия вещных прав некоммерческих организаций культуры и их учредителей, ответственность последних по обязательствам организации. Государственные учреждения культуры как основной тип некоммерческих организаций в сфере культуры и искусства, особенности их функционирования. Право осуществлять предпринимательскую деятельность. Цели и задачи государственного регулирования предпринимательства.

Характеристика понятий «продюсерство», «продюсер», специфика профессии. Анализ черт личности продюсера. Этапы и виды продюсирования. Продюсерская команда: основные участники и партнеры (инвесторы, спонсоры, финансовый директор, финансовый менеджер, директор коллектива, менеджер и др.).

Тема 3. Договорной режим производственно-коммерческой деятельности

Хозяйственные договора в системе договорных отношений. Понятия сделки, обязательства, договора. Основные правила совершения сделок, общие положения об обязательствах и договорах, установленные Гражданским кодексом РБ.

Сущностные характеристики сделки. Способы волеизъявления при совершении сделок. Совершение сделок через представителя сторон или единого коммерческого представителя. Виды сделок, их действительность. Краткая характеристика сделок: односторонних, условных, возмездных, консенсуальных, реальных,

казуальных, абстрактных. Формы заключения сделок. Понятие недействительной сделки, ее разновидности.

Понятие и виды договоров, их содержание. Виды обязательств. Отказ от исполнения обязательств. Место и срок исполнения обязательств, валюта обязательств. Солидарная обязанность должников. Солидарные требования. Алгоритм субсидиарной ответственности. Ответственность за нарушение и (или) неисполнение обязательств. Прекращение обязательств.

Понятие, содержание, предмет продюсерского договора. Понятие исключительного права. Основные условия продюсерского договора.

Раздел 2. Экономические основы продюсерской деятельности в сфере искусства

Тема 4. Сфера культуры и искусства как составляющая экономической деятельности

Краткая характеристика основных макроэкономических терминов (понятий): валовой внутренний продукт, национальный доход, финансовая система, государственный бюджет, рынок.

Понятие маркетинга и рынка. Классификационные характеристики рынков. Понятия и формулы расчета потенциала и емкости рынка, темпа его роста.

Конкуренция и конкурентная среда в искусстве. Система продюсерской работы по формированию оригинальной идеи для продвижения товара или услуги на рынке. Возможности эффективного использования современных рекламных и PR-технологий, с целью достижения позитивного отношения к организации и культурному продукту.

Основные показатели, используемые в практике организаций культуры и искусства, их краткая характеристика (капитал, активы, цена, инвестиции, доходы, расходы, прибыль).

Денежные поступления, не являющиеся доходами организации. Прибыль как показатель эффективности и как цель предпринимательской деятельности. Показатели прибыли, методика их определения (валовая, от реализации продукции, общая

по организации, чистая, нераспределенная) Понятие денежных расходов и затрат. Группировки затрат, включаемых в себестоимость продукции, работ, услуг.

Тема 5. Финансово–экономическая деятельность продюсера

Типы систем финансирования затрат в сфере культуры и искусства, сложившиеся в мировой практике. Прямое и косвенное бюджетное финансирование в РБ.

Формирование собственных источников финансовых средств организаций культуры и искусств. Составляющие собственного капитала Заемные источники финансирования. Формулы расчета простых и сложных процентов.

Понятие цены капитала. Определение цены отдельных источников и в целом по организации, предприятию. Виды цен, способы их расчета.

Состав долгосрочных и краткосрочных активов, их оценка. Показатели (способы, инструменты), используемые в управлении активами. Формулы расчета потребности в краткосрочных активах.

Оценка результатов деятельности организации. Показатели рентабельности. Понятие и методика определения точки безубыточности. Показатели оценки эффективности производственно–хозяйственной деятельности: показатели эффективности затрат; показатели эффективности использования ресурсов; показатели рентабельности.

Тема 6. Проблемы и перспективы развития продюсерской деятельности

Основные направления продюсерской деятельности (анализ рынка, ресурсное обеспечение проектов, творческое производство, продвижение продукта на рынок и т.д.).

Продюсерская деятельность в Беларуси на современном этапе. Понятие продюсерского центра и основные направления его деятельности. Обзор основных продюсерских центров, действующих в Беларуси в настоящее время. Белорусские продюсеры и их достижения.

Работа продюсера с творческими коллективами. Права и обязанности участников продюсерского проекта. Основные принципы формирования команды. Правила распределения ролей в творческом коллективе. Причины конфликтов в творческом коллективе и пути их разрешения.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Правовые и экономические основы продюсерской деятельности»
(очная (дневная) форма получения высшего образования)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов			Количество часов СРС	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7
Раздел 1. Правовые основы продюсерской деятельности						
1	Основные законодательные и нормативные акты, регулирующие деятельность организаций культуры, искусства и продюсерства	2		2	4	Устный опрос, выполнение заданий на практических и семинарских занятиях
2	Продюсерство как предпринимательская деятельность	4	4	2	4	
3	Договорный режим производственно-коммерческой деятельности	4	2		4	
Раздел 2. Экономические основы продюсерской деятельности в сфере искусства						
4	Сфера культуры и искусства как составная часть экономической деятельности	2			4	Устный опрос, выполнение заданий на практических и семинарских занятиях
5	Финансово-экономическая деятельность продюсера	2	4		2	
6	Проблемы и перспективы развития продюсерской деятельности	4	2	2	4	
7	Промежуточная аттестация				36	Экзамен
Всего часов		18	12	6	58	

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Правовые и экономические основы продюсерской деятельности»
(заочная форма получения высшего образования)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов			Количество часов СРС	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7
Раздел 1. Правовые основы продюсерской деятельности						
1	Основные законодательные и нормативные акты, регулирующие деятельность организаций культуры, искусства и продюсерства	1		1	8	Устный опрос, выполнение заданий на практических и семинарских занятиях
2	Продюсерство как предпринимательская деятельность	1	1	1	8	
3	Договорный режим производственно-коммерческой деятельности	1	1		6	
Раздел 2. Экономические основы продюсерской деятельности в сфере искусства						
4	Сфера культуры и искусства как составная часть экономической деятельности	1			8	Устный опрос, выполнение заданий на практических и семинарских занятиях
5	Финансово-экономическая деятельность продюсера	1	1		6	
6	Проблемы и перспективы развития продюсерской деятельности	1	1		10	
7	Промежуточная аттестация				36	Экзамен
Всего часов		6	4	2	82	

ИНФОРМАЦИОННО–МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Требования к выполнению самостоятельной работы магистрантов по учебной дисциплине «Правовые и экономические основы продюсерской деятельности»

№ п/п	Название раздела, темы	Кол–во часов на СРС		Задание	Форма выполнения	Цель или задача СРС
		ДФО	ЗФО			
1	Основные законодательные и нормативные акты, регулирующие правовые аспекты развития культуры и искусства	4	8	Работа с конспектом лекций, учебниками и нормативными актами	Подготовка докладов и сообщений по заданной теме	Первичное овладение знаниями, подготовка к семинарскому занятию
2	Продюсерство как предпринимательская деятельность	4	8	Выявить особенности продюсерства как предпринимательской деятельности. Уяснить способы государственного регулирования	Работа с литературными источниками. Составление мини-глоссария	Закрепление и систематизация знаний, подготовка к семинарскому занятию
3	Договорный режим производственно–коммерческой деятельности	4	6	Работа с конспектом лекций и другими источниками	Изучить виды сделок, содержание авторских договоров	Формирование навыков, подготовка к практическому занятию
4	Сфера культуры и искусства как составная часть экономической деятельности	4	8	Уяснить способы и методы прин. маркетинговых и предпринимательских решений	Письменные задания, подготовка сообщения по выбранной теме	Закрепление навыков. Подготовка к экзамену
5	Финансово-экономическая деятельность продюсера	2	6	Работа с конспектом лекций и другими источниками	Написание эссе	Закрепление навыков. Подготовка к экзамену
6.	Проблемы и перспективы развития продюсерской деятельности	4	10	Работа с конспектом лекций и другими источниками	Письменные задания, подготовка сообщения по выбранной теме	Закрепление навыков. Подготовка к экзамену
7.	Подготовка к экзамену	36	36			Экзамен
	Итого часов	58	82			

4.2. Список литературы

Основная

1. Об авторском праве и смежных правах : Закон Респ. Беларусь от 17 мая 2011 г. № 262-З.
2. О кинематографии в Республике Беларусь : Закон Респ. Беларусь от 14 июня 2004 г. № 292-З.
3. О культуре в Республике Беларусь : Закон Респ. Беларусь от 4 июня 1991 г. № 832 – XII с изм. и доп. от 23 апреля 2014 г. № 132-З.
4. Гражданский Кодекс Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2001.
5. О музеях и музейном фонде Республики Беларусь : Закон Респ. Беларусь от 12 дек. 2005 г. № 70-З.
6. О предпринимательстве в Республике Беларусь : Закон Респ. Беларусь от 28 мая 1991 г. № 813 – XII в ред. от 1 ноября 2007 г.
7. О Фонде Президента Республики Беларусь по поддержке культуры и искусства : Указ Президента Респ. Беларусь от 15 апреля 1998 г. № 211 с изм. и доп. от 5 дек. 2007.
8. О поддержке отдельных организаций культуры и внесении изменения в Указ Президента Республики Беларусь от 28 1999 г. № 770 : Указ Президента Респ. Беларусь от 3 сентября 2010 г. № 457.
9. О предоставлении и использовании безвозмездной (спонсорской) помощи : Указ Президента Республики Беларусь от 1 июля 2005 г. № 300 с изм. и доп. от 29 ноября 2013г Указ № 529.
10. Об отдельных вопросах организации и проведения культурно– зрелищных мероприятий : Указ Президента Республики Беларусь от 5 июня 2013г. № 257.
11. О мерах по государственной поддержке и стимулированию развития кинематографии : Указ Президента Республики Беларусь от 5 дек. 2011 г. № 567 в ред. Указа от 14 янв. 2014 г. № 30.

12. Квалификационный справочник «Должности служащих занятых в культуре и искусстве» : постановление Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь 29 дек. 2001 г. № 25.

13. Культура как стратегический ресурс: предпринимательство в культуре : монография. Т. 1 / под ред. И. Г. Хангельдиевой, Н. Г. Чаган. – М. : Русайнс, 2021. – 332 с.

14. Левская, Л. А. Конституционное право. Практикум : учеб. пособие для студентов учреждений высшего образования по специальностям «Международное право», «Правоведение», «Экономическое право», «Политология (по направлениям)» / Л. А. Левская, А. И. Макштарева. – Минск : РИВШ, 2020. – 431 с.

15. Малышев, В. С. Продюсерство. Управленческие решения : учеб. пособие / В. С. Малышев, Ю. В. Кривоуцкый. – М. : Юнити-Дана, 2012. – 377 с.

16. Сидоренко, В. И. От идеи к бюджету фильма : учеб. пособие / В. И. Сидоренко. – М. : Юнити-Дана, 2016. – 256 с.

Дополнительная

1. Об утверждении Инструкции о порядке планирования расходов на содержание учреждений культуры, финансируемых из бюджета : постановление Министерства культуры Респ. Беларусь от 30 ноября 2006 г. № 39 по состоянию на 28 марта 2007 г.

2. Об утверждении Положения о Попечительском Совете организации культуры : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 12 марта 2011 г. № 308.

3. Алехина, О. Ф. Ключевые персонал-технологии: практический инструментарий / О. Алехина. – М. : LAP Lambert Academic Publishing, 2019. – 392 с.

4. Балашевич, М. И. Экономика и организация малого бизнеса : учеб. пособие / М. И. Балашевич, Т. П. Быкова. – Мн. : БГЭУ, 2012. – 335 с.

5. Беляцкий, Н. П. Бизнес-лидерство : учебник для студентов учреждений высшего образования по специальности «Менеджмент (по направлениям)» / Н. П. Беляцкий. – Мн. : РИВШ, 2020. – 359 с.

6. Занько, А. Г. Основы продюсерской деятельности : учеб.-метод. комплекс для студентов специальности 1-17 03 01 Искусство эстрады (по направлениям) [Электронный ресурс] / Сост. А. Г. Занько. – Электрон. дан. (0,6 Мб). – Минск : Институт современных знаний имени А.М. Широкова, 2020. – 61 с.

7. Иванов, Г. П. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера [Электронный ресурс] : учебник для вузов / под ред. Г. П. Иванова, П. К. Огурчикова, В. И. Сидоренко. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 719 с.

8. Келлисон, К. Продюсирование на телевидении: практический подход / К. Келлисон. – Минск. : ГревцовПублишер, 2008. – 384 с.

9. Колпина, Л. Г. Методы и механизмы финансирования и управления бюджетными организациями в сфере культуры / Л. Г. Колпина // Вести Института современных знаний. – 2014. – № 3. – С. 77 – 82.

10. Колпина, Л. Г. Социально-экономическое развитие культуры в Республике Беларусь / Л. Г. Колпина // Вести Института современных знаний. – 2016. – № 1. – С 97 – 102.

11. Корнеева, С. М. Как зажигают звезды. Технология музыкального продюсирования / С. Корнеева. – СПб. : Питер, 2004. – 320 с.

12. Ксинопуло, М. П. Телевизионное продюсирование и тенденции его развития в современных условиях : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Ксинопуло М. П. ; Всерос. гос. ин-т кинематографии им. С. А. Герасимова. – М., 2006. – 31 с.

13. Смолянко, О. Правовое регулирование финансовой деятельности некоммерческих организаций в Беларуси / О. Смолянко. – Мн. : Логвинов И. П., 2012. – 117 с.

14. Суминова, Т. Н. Продюсер: сущность и специфика социокультурного феномена // Вестн. Моск. гос. ун-та культуры и искусств. – 2009. – № 5. – С. 92–98.

Содержание

Введение.....	3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	7
1.1. Конспект лекций	7
2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	29
2.1. Материалы к практическим занятиям	29
2.2. Материалы к семинарским занятиям.....	31
2.3. Рекомендуемая литература для выполнения практических и семинарских заданий	33
3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ.....	34
3.1. Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы магистрантов.....	34
3.2. Примерный перечень вопросов к экзамену.....	35
4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ.....	38
4.1. Учебная программа	38
4.2. Список литературы.....	52

Учебное электронное издание

Составитель
Мицкевич Юлия Владимировна

ПРАВОВЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОДЮСЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Электронный учебно-методический комплекс
для обучающихся специальности
7-06-0215-03 Арт-менеджмент*

[Электронный ресурс]

Редактор *И. П. Сергачева*
Технический редактор *Ю. В. Хадьков*

Подписано в печать 30.01.2026.
Гарнитура Times Roman. Объем 0,4 Мб

Частное учреждение образования
«Институт современных знаний имени А. М. Широкова»
Свидетельство о регистрации издателя №1/29 от 19.08.2013
220114, г. Минск, ул. Филимонова, 69.

ISBN 978-985-547-521-8



9 789855 475218