

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ  
Київський національний університет  
театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Голова приймальної комісії КНУТКіТ  
імені І. К. Карпенка-Карого

 Інна КОЧАРЯН  
29 квітня 2024 року



**ПРОГРАМА ФАХОВОГО ІСПИТУ**  
для вступників на освітньо-професійну програму

**«Продюсерство з аудіовізуального мистецтва та виробництва»**

<b>Рівень вищої освіти</b>	другий (магістерський)
<b>Галузь знань</b>	02 «Культура і мистецтво»
<b>Спеціальність</b>	021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво»
<b>Вступ на основі</b>	НРК6, НРК 7 (освітнього ступеня бакалавра, освітнього ступеня магістра та освітньо- кваліфікаційного рівня спеціаліста )

Програма затверджена на засіданні кафедри  
продюсерства аудіовізуального мистецтва  
та виробництва (протокол № 9 від 28  
лютого 2024 р.)

Зав. кафедри продюсерства  
аудіовізуального мистецтва та виробництва

  
Л. Новікова

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ФАХОВОГО ІСПИТУ .....	3
ОРІЄНТОВНИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ФАХОВОГО ІСПИТУ .....	4
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ .....	8
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА .....	9

## **ВСТУП**

Мета вступного випробування (фахового іспиту) – виявлення рівня знань та вмінь осіб, які необхідні для опанування освітньо-професійної програми підготовки «Продюсерство з аудіовізуального мистецтва та виробництва» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти» із спеціальності 021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво» галузі знань 02 «Культура і мистецтво».

Для забезпечення ефективності реалізації здобуття загальних, спеціальних компетентностей, що визначені Стандартом вищої освіти для другого (магістерського рівня) вищої освіти, галузі знань 02 «Культура та мистецтво», спеціальності 021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво» до вступників ставляться вимоги щодо їх професійних здібностей та підготовленості у вигляді системи знань, умінь і навичок.

Під час фахового іспиту до магістратури Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І.К Карпенка - Карого, вступник повинен продемонструвати високий рівень теоретичних знань з фахових питань, орієнтування в основній проблематиці галузі, володіти відповідною термінологією та інструментарієм. Виказати навички професійної та наукової роботи за обраною спеціальністю 021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво», освітньо-професійною програмою «Продюсерство з аудіовізуального мистецтва та виробництва».

Завдання фахового іспиту:

- оцінити теоретичні та практичні фахові знання щодо основних інструментів сучасного кіновиробництва;
- визначити принципи, форми і методи функціонування інституту продюсерства в цілому, та роль продюсера в аудіовізуальному мистецтві та виробництві;
- з'ясувати наявність історичних етапів у розвитку;
- висвітлити економічні проблеми у сучасному аудіовізуальному мистецтві та виробництві;
- розкрити авторські права та захист інтелектуальної власності.

## **ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ФАХОВОГО ІСПИТУ**

Оцінювання знань вступників носить комплексний характер та складається з одного фахового іспиту (усно). Екзаменаційний білет містить 3 запитання. Фаховий іспит може проводитись в очному та дистанційному форматі відповідно до Правил прийому до Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого в 2024 році. Іспит повинен виявити знання про основні тенденції в сучасному кінопроцесі, уявлення про історичні етапи в розвитку кіномистецтва, виявлення загального культурного рівня вступника, вміння орієнтуватися в проблемах

сучасної економіки та права. Відповідаючи на питання під час фахового іспиту, вступник повинен дати усну розгорнуту відповідь на питання, які стосуються різноманітних сфер знань, а саме: економічних; мистецьких; культурологічних; правознавчих; науково-педагогічних. Вступник повинен бути ознайомлений зі специфікою менеджменту, маркетингу, продюсуванням фільмів, серіалів, з історією розвитку вітчизняного кінематографа у минулому сторіччі, із процесами сучасного розвитку українського кіно, мати розуміння щодо організації творчо-виробничого процесу під час знімального процесу.

Це дає можливість оцінити теоретичні та практичні знання та вміння особи, яка вступає на навчання за освітньо-професійною програмою підготовки «Продюсерство з аудіовізуального мистецтва і виробництва» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти із спеціальності 021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво» галузі знань 02 «Культура і мистецтво».

Програма розроблена таким чином, щоб підготувати креативних фахівців здатних до втілення нових ідей, задумів, навчити справлятися зі складними задачами та проблемами у сфері аудіовізуального мистецтва та виробництва.

### **ОРІЄНТОВНИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ФАХОВОГО ІСПИТУ**

1. Специфіка менеджменту і маркетингу в аудіовізуальній сфері.
2. Бізнес-план кінопроекту. Методика розробки.
3. Творчі аспекти продюсування. Взаємодія продюсера і авторів фільму.
4. Взаємодія продюсера з інвесторами, спонсорами, фондами, інститутами фінансово-кредитної системи, з органами державного управління.
5. Оцінка комерційного потенціалу фільму при прийнятті управлінських рішень на стадії розробки кінопроекту.
6. Кіно бізнес в Україні. Перспективи розвитку.
7. Планування виробничо-економічних параметрів створення фільмів.
8. Методологія планування витрат з монтажно-тонувальних робіт (постпродакшн).
9. Робота продюсера з літературною основою майбутнього проекту. Складнопостановчий проект.
10. Особливості організації творчо-виробничого процесу в знімальному періоді
11. Ризики при виробництві аудіовізуальної продукції і способи їх уникнення.
12. Сучасний кінопроцес і тенденції розвитку продюсерського кінематографа в Україні. Роль і місце продюсера у сучасному кінопроцесі.
13. Методи визначення часових параметрів створення фільмів. «Рамкові умови» реалізації проекту та їх вплив на терміни виробництва. Календарно-постановочний план: зміст, вихідні данні для його розробки.
14. Особливості продюсування анімаційних фільмів. Основні етапи творчо-виробничого і технологічного процесів створення анімації. Визначення виробничо-економічних параметрів створення анімаційних фільмів.

15. Нормативно-правова база галузі кінематографії в Україні.
16. Види і технології телебачення.
17. Методи дослідження телевізійної аудиторії. Піплметрія.
18. Собівартість аудіовізуальної продукції: визначення виробничої та повної собівартості: структура, класифікація витрат.
19. Договірне регулювання знімальної групи
20. Зарубіжний досвід організації кінобізнесу і підтримки національного кіновиробництва, прокату і демонстрування.
21. Спецефекти і їх призначення у кінопроцесі. Методологія планування витрат, пов'язаних із створенням спецефектів і трюкових сцен.
22. Методологія планування витрат, пов'язаних з придбанням об'єктів авторських і суміжних прав при створенні фільму. Взаємовідносини продюсера з авторами фільму.
23. Особливості продюсування фільмів спільного виробництва із зарубіжними кінофірмами.
24. Методологія планування витрат на оплату праці художньо-виробничого персоналу знімальної групи.
25. Реформування виробничо-фінансової системи функціонування вітчизняної кінематографії в дев'яності роки минулого сторіччя. Сучасний стан кінобізнесу.
26. Копродукція як перспектива кінобізнесу в Україні.
27. Принципи побудови телесеріалу.
28. Економіко – математичні методи обґрунтування та прийняття рішень у продюсерській діяльності.
29. Форми і системи оплати праці у кіновиробництві. Особливості оплати праці художньо-виробничого та художньо-виконавчого персоналу зйомочних груп.
30. Сучасний стан аудіовізуальної сфери в Україні, її жанрове і тематичне наповнення.
31. Принципи функціонування ринку аудіовізуальної продукції.
32. Основні технологічні новації в аудіовізуальній сфері і їх застосування у виробництві і демонструванні фільмів.
33. Особливості роботи продюсера при підборі локацій.
34. Креативні технології в діяльності продюсера.
35. Методологія планування витрат, пов'язаних з проведенням кіноекспедицій.
36. Творчо-постановочна концепція кіно – і телепроекту. Оптимальна тактика його підготовки і реалізації.
37. Основні складові кінематографічного процесу: основи режисури, монтажу, кінодраматургії, кінооператорської, акторської майстерності. Художнє і звукове рішення фільму (загальні поняття).
38. Методологія планування витрат на підготовчих етапах створення фільму.

39. Порядок укладання і виконання договорів при виробництві кіно і телепроектів за державної підтримки. Механізми державного регулювання.
40. Фандрайзинг.
41. Специфіка прокату національних фільмів в Україні. Особливості діяльності дистриб'юторських фірм на вітчизняному кіноринку.
42. Принципи, методи і практичні основи здійснення підприємницької діяльності у сфері кінематографії і телебачення.
43. Сучасні технології трансформації зображення.
44. Фактори впливу на касовий успіх вітчизняного фільму.
45. Комерційні витрати продюсера. Структура. Методи розрахунку.
46. Визначення основних показників виробництва фільмів: обсяг фільму, кількість об'єктів, сцен і кадрів, характер зйомок. Вихідні данні для їх розробки. Основні витратні статті при виробництві фільму.
47. Формати телевізійної продукції.
48. Методологія планування витрат на виплату гонорарів та винагород за створення і використання об'єктів авторського права і суміжних прав.
49. Медіаплан. Структура. Способи використання засобів масової комунікації для збільшення інформованості споживача аудіовізуальної продукції.
50. Планування витрат, пов'язаних з виготовленням вихідних матеріалів фільмів. Склад вихідних матеріалів.
51. Планування витрат, пов'язаних з придбанням прав на використання раніше опублікованих творів літератури, музичних творів, текстів пісень, виплати авторських гонорарів за написання літературного сценарію за цими творами, винагороди за використання раніше створених музичних творів.
52. Режисерський сценарій.
53. Директор фільму. Основні функціональні обов'язки.
54. Фінансові показники економічної ефективності здійснення аудіовізуального проекту. Принципи бухгалтерського обліку.
55. Сучасні технології показу фільмів.
56. Особливості організаційно-виробничого процесу неігрового фільму.
57. Методика розробки бізнес-плану аудіовізуального проекту. Його структура.
58. Господарські механізми діяльності продюсерських компаній.
59. Методи прийняття рішень продюсером для вибору стратегії реалізації кіно-телепроектів в умовах ризику.
60. Особливості продюсування у створенні рекламної аудіовізуальної продукції.
61. Методи планування витрат для забезпечення виробництва фільму матеріальними ресурсами.
62. Гранти як важливий ресурс для продюсера.
63. Технологія інтерактивного телебачення.
64. Структура і основні умови договорів між продюсером і режисером – постановником, оператором – постановником, художником – постановником.

65. Основні вимоги з охорони праці при проведенні зйомок в павільйоні, натурі, інтер'єрах.
66. Структура і основні умови договорів продюсера з інвестором.
67. Сучасний стан кіномережі України. Проблеми розвитку.
68. Джерела фінансування і оцінка результативності реклами кінопродукції.
69. Комп'ютерні технології у кіно і телевиробництві.
70. Страхування ризиків у діяльності продюсера.
71. Технології 3D кінопоказу.
72. Структура і склад пакету цифрової кінокопії.
73. Соціальні і соціально- психологічні питання управління в діяльності продюсера. Повноваження і відповідальність.
74. Телеформат і його значення для телебачення.
75. Клієнт- сервіс сучасного показу фільмів.
76. Генеральний кошторис фільму, телефільму.
77. Договірні відносини між продюсером і дистриб'ютором.
78. Банкрутство і санація.
79. Операції лізингу.
80. Система ризик – менеджменту у кінопідприємницьких проектах.
81. Постановочний проект. Його склад.
82. Підготовчі роботи з безпеки зйомок. Робота на об'єктах з підвищеним ризиком
83. Кінофестивалі та їх роль у просуванні фільму.
84. Product placement як форма фінансування кіно – і телепроекту.
85. Кіно і телеринки.
86. Аналіз фінансових результатів кінопроекту.
87. Трудовий договір. Цивільно-правовий договір. Основні відмінності.
88. Постановочний проект. Його склад і позиції його захисту.
89. Організація зйомок в складних, небезпечних умовах.
90. Методологія розробки та обґрунтування кінотелепроекту.
91. Порядок проведення пітчінгу кінопроектів у Держкіно України.
92. Краудфандинг і його застосування в аудіовізуальній сфері.
93. «Public Relations» кінотелепроектів.
94. Оцінка кінопроекту на основі SWOT аналізу.
95. Міжнародні організації по фінансуванню кінотелепроектів.
96. Значення Інтернету і соціальних мереж для підготовки і просування кінотелепроектів.
97. Імідж ділової людини у кінотелебізнесі.
98. Психологія ділового спілкування у кінотелебізнесі.
99. Ваші прогнози щодо розвитку кінотелебізнесу в Україні.

## КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

<b>100-бальна шкала (від 100 до 200 балів)</b>			
<b>Незадовільно</b>	<b>Задовільно</b>	<b>Добре</b>	<b>Відмінно</b>
<b>100-124 балів</b>	<b>125-149 балів</b>	<b>150-179 балів</b>	<b>180-200 балів</b>
<p>Відсутність базового обсягу знань про сучасний кінотелепроцес у світі та в Україні, зокрема з питань кіномистецтва, організації кінотелевиробництва, функціонування продюсерської системи, ролі в ній продюсера. Повне незнання проблем сучасної економіки права та захисту інтелектуальної власності. Допущення ряд суттєвих помилок. Непереконлива мотивація вибору професії. Нечіткість у висловлюваннях власних думок.</p>	<p>Нечітке уявлення про стан сучасного кіномистецтва і кінотелевиробництва у світі та в Україні, приблизне уявлення про роботу кінотелепродюсера, його ролі в кінопроцесі. Обмежені знання про розвиток сучасної економіки, про стан захисту прав інтелектуальної власності. Посередній рівень самостійного та критичного мислення, допущення неточностей, невпевненість у відповідях. Непереконлива мотивація вибору професії.</p>	<p>Вступник повинен продемонструвати належні знання в галузі історії кінематографу, достатній рівень самостійного та критичного мислення, вміння логічно та послідовно викладати матеріал. Достатню обізнаність зі станом справ у світовій і національній кіноіндустрії, тенденціями в розвитку сучасного кіномистецтва. Знання форм, методів і засобів просування фільму до глядача. Переконлива мотивація вибору професії.</p>	<p>Вступник повинен продемонструвати вияв широких і системних знань у галузі історії кінематографу, сучасного кінопроцесу. Ґрунтовні знання про стан національної та світової кіноіндустрії проблем національної кінематографії та шляхів їх вирішення. Професійна обдарованість та загальний культурний рівень майбутніх продюсерів, вміння розв'язати складні ситуації, пов'язані з організацією виробництва фільму. Знання сучасної економіки та права, організації кінобізнесу та захисту інтелектуальної власності. Чіткі відповіді на питання. Оригінальність та винахідливість власних думок, наявність і достатній прояв необхідних організаційних здібностей. Переконлива мотивація вибору професії.</p>



## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна література

1. Безручко О., Костенко К. Комерціалізація українського телебачення в сучасному інформаційному просторі. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. 2019. № 2(1). С. 92-98.
2. Брюховецька Л.І. Кіномистецтво: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ: Логос, 2011. 391 с.
3. Григорова З.В., Сухорукова О.А., Кваско А.В., Шендерівська Л.П. Основи медіабізнесу: підручник для студентів спеціальності 073 «Менеджмент»; КПП ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2021. 323 с.
4. Євсейцева О.С., Собцева Г.М. Аналіз медійного ринку України. Ефективна економіка. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4983> (дата запиту 5.04.24)
5. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010: Класифікатор Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 11.10.2010 № 457. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text> (дата запиту 5.04.24)
6. Любчик К. Л. Аналіз глобального медіаринку: інституційно-методологічні засади. Бізнес Інформ. 2019. №6. С. 280–285.
7. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-6-280-285>. (дата запиту 5.04.24)
8. Новікова Л.Є. Телебачення. Медіаосвіта і медіаграмотність / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенко. Київ: Центр Вільної Преси, 2013. С. 144 – 153.
9. Проскуріна М.О. КІНОІНДУСТРІЯ ЯК СФЕРА ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ. URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/15\\_2018\\_ukr/7.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/15_2018_ukr/7.pdf) (дата запиту 5.04.24)
10. Туманов О.О. Формування системи статистичних показників для дослідження соціальних медіа в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 5-6. С. 66-71.
11. Черемних І.В. Крос-медійні інструменти монетизації телевізійного й інтернет-контенту. International Academy Journal Web of Scholar. 2019. № 2(1 (31)). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kros-mediyni-instrumenti-monetizatsiyi-televiziynogo-y-internet-kontentu> (дата звернення 05.04.2024 р.)
12. Янковой Р. В. Основи комерціалізації діяльності на підприємствах сфери медіа бізнесу. Інтернаука. Серія: "Економічні науки". 2018. №9. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2018-9-4149> (дата звернення 5.04.2024 р.)
13. Arsenault A.H., Castells M. The Structure and Dynamics of Global Multi-Media Business Networks. International Journal of Communication, 2008, № 2. P. 707-748.

14. Baniyassen S.O. Media Globalization. MAGNT Research report. Vol. 4 (2). pp. 88-90.
15. Epstein E.J. The Hollywood economist: The hidden financial reality behind the movies. New York: Melville House, 2012. 213 с.
16. Villi M., Picard R.G. Transformation and Innovation of Media Business Models. Making Media. Production, Practices, and Professions / Ed. M. Deuze, M. Prenger. Amsterdam: Amsterdam University Press B.V., 2019. P. 121-132.
17. Wirtz B.W. Media Business Model. Business Model Management. Design – Process – Instruments. Second Edition. Cham: Springer Nature Switzerland AG, 2020. pp 289-298.
18. McPhillips S., Merlo O. Media convergence and the evolving media business model: an overview and strategic opportunities. The Marketing Review, 2008, Vol. 8, № 3. P. 237-253.
19. Chuzhykov A. Dynamics of the media corporation development in the conditions of globalization. International Economic Policy. 2018. № 1. С. 126-141.
20. Fedirko O Evens T. Media economics and transformation in a digital Europe. Comparative Media Policy, Regulation and Governance in Europe. Unpacking the Policy Cycle / Eds. L. d’Haenens, H. Sousa, J. Trappel. Bristol: Intellect, 2018. pp. 41-54.
21. Fedirko O., Chuzhykov A. Strategic Trends of the Ukrainian Media Products Intervention to the European Market. International Relations 2019: Current issues of world economy and politics: proceedings of scientific works from the 20th International Scientific Conference Smolenice Castle 28th – 29th November 2019 / Economics in Bratislava, Faculty of International Relations; [ed.: A. Baleha et al.]. Bratislava: Publishing Ekonóm, 2019. P. 256–265.

#### Додаткова

1. Закон України «Про кінематографію» від 13.01.1998 р. № 9/98-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1998. № 22. Ст. 114.
2. Закон України «Про державну підтримку кінематографії в Україні» від 23.03.2017 р. № 1977-VIII // Відомості Верховної Ради. 2017. № 20. Ст. 240.
3. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. №№ 40-44. Ст. 356.
4. Закон України «Про культуру» від 14.12.2010 р. № 2778-VI. Відомості Верховної Ради України. 2011. № 24. Ст. 168.
5. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» від 21.12.1993 р. № 3759-XII. Відомості Верховної Ради України. 1994. № 10. Ст. 43.
6. Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 23.12.1993 р. № 3792-XII. Відомості Верховної Ради України. 1994. № 13. Ст. 64.
7. Закон України «Про телекомунікації» від 18.11.2003 р. № 1280-IV. Відомості Верховної Ради України. 2004. № 12. Ст. 155.

8. Закон України «Про інформацію від 02.10.1992 р. № 2657-ХІІ. Відомості Верховної Ради України. 1992. № 48. Ст. 650.

9. Закон України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» від 17.04.2014 р. № 1227-VII. Відомості Верховної Ради. 2014. № 27. Ст.904.

10. Закон України «Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення» від 23.09.1997 р. № 538/97-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1997. № 48. Ст.296.

11. Закон України «Про радіочастотний ресурс України» від 01.06.2000 р. № 1770-III. Відомості Верховної Ради України. 2000. № 36. Ст.298.

12. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Положення про Державний комітет телебачення і радіомовлення України» від 13.08.2014 р. № 341. Офіційний вісник України. 2014. № 66. Ст. 1842.