

Київський національний університет театру, кіно і телебачення
імені І. К. Карпенка-Карого
Інститут екранних мистецтв
Кафедра звукорежисури



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-педагогічної та
навчальної роботи

Інга Чхатарашвілі-Петраш

«*31*» *08* 2026 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МУЗИЧНА ПРОДЮСЕРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти	другий (магістерський)
спеціальність	В1 Аудіовізуальне мистецтво та медіавиробництво
спеціалізація	В1.04 Звукорежисура
освітня програма	Звукорежисура

Розробники:

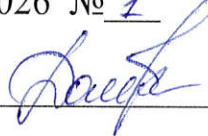
Мокрицький Андрій Павлович, заслужений діяч мистецтв України, старший викладач кафедри звукорежисури.

Викладачі:

Мокрицький Андрій Павлович, заслужений діяч мистецтв України, старший викладач кафедри звукорежисури.

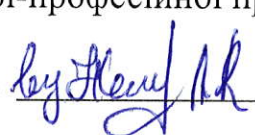
РПНД розглянуто і затверджено на засіданні кафедри звукорежисури

Протокол від 24.08.2026 № 1

Завідувач кафедри  Наталія ДОМБРУГОВА

РПНД погоджено з гарантом освітньої-професійної програми

«Звукорежисура»

Професор, доктор мистецтвознавства  Наталія КОСТЮК

24.08.2026

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р.,

Завідувач кафедри _____ (підпис) _____ (ПІ), протокол від _____.20__ № ____

на 20__/20__ н.р.,

Завідувач кафедри _____ (підпис) _____ (ПІ), протокол від _____.20__ № ____

на 20__/20__ н.р.,

Завідувач кафедри _____ (підпис) _____ (ПІ), протокол від _____.20__ № ____

на 20__/20__ н.р.,

Завідувач кафедри _____ (підпис) _____ (ПІ), протокол від _____.20__ № ____

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Форма навчання
	денна
Характеристика навчальної дисципліни	Вибіркова
Курс	2
Семестр	3
Кількість кредитів	6
Загальний обсяг годин	180
Розподіл годин за видами аудиторних занять та самостійної роботи	Лекційні
	34
	Семінарські
	14
	Самостійна робота
	132
Вид підсумкового контролю	<i>залік</i>

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета

Розвинути у здобувачів вищої освіти комплексні системні теоретико-методологічні знання, фахові компетентності та передові практичні навички, необхідні для здійснення ефективної музично-продюсерської діяльності, управління інноваційними креативними проєктами та стратегічного розвитку музичного продукту в умовах глобалізованого соціокультурного простору і цифрової економіки.

Завдання

Засвоєння концептуальних основ та еволюційних етапів розвитку музичної індустрії, інфраструктури сучасного шоу-бізнесу та моделей музичного продюсування.

Поглиблене вивчення нормативно-правової бази, механізмів захисту інтелектуальної власності, авторського та суміжних прав в умовах стрімінгових платформ та цифрової дистрибуції.

Розвиток компетентностей з управління креативними командами (team-building), організації гастрольно-концертної діяльності та антикризового менеджменту.

Очікувані результати навчання (РН) за дисципліною:

Після завершення курсу студент повинен уміти:

РН3 - Володіти методами та організаційними дослідницькими й інноваційними підходами у професійній діяльності.

РН4 - Вміти застосовувати правові та етичні норми для оцінки професійної діяльності, а також розробки й реалізації аудіовізуальних проєктів у ситуаціях невизначеності

РН9 - Мати навички керування професійною командою та творчою групою при виробництві аудіовізуального твору.

РН10 - Розробляти та реалізовувати проєкти зі створення та комерціалізації

аудіовізуальних творів.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви тем	Розподіл годин між видами робіт						
	денна форма						
	усього	у тому числі					
		лекції	семінари	практичні	лабораторні	індивідуальні	сам. робота
1	2	3	4	5	6	7	8
2 курс / 3 семестр:							
Тема 1. Вступ. Роль музичного продюсера в індустрії	14	2					12
Тема 2. Структура музичної індустрії	14	2					12
Тема 3. Аналіз музичного ринку та трендів	16	2	4				12
Тема 4. Розробка концепції музичного проєкту	18	4					12
Тема 5. Планування та організація продакшну	18	4	4				12
Тема 6. Робота з артистами та командами	18	4					12
Тема 7. Технічні аспекти звукозапису	18	4	4				12
Тема 8. Авторське право та контракти	18	4	2				12
Тема 9. Маркетинг і просування	18	4					12
Тема 10. Фінансове планування	14	2					12
УСЬОГО	180	34	14				132

4. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Вступ. Роль музичного продюсера в індустрії

Короткий опис теми: Унікальність професії. Робота продюсера унікальна тим, що протягом одного робочого дня йому доводиться змінювати кілька абсолютно різних ролей:

Креативний директор (Arranger & Visionary): Визначає темп, структуру пісні, додає або прибирає інструменти, вигадує «хуки» (елементи, які засідають у голові слухача) і стежить, щоб трек чіпляв з перших 5 секунд.

Психолог та коуч: Мабуть, найважливіша роль. Музиканти — люди емоційні та вразливі. Продюсер має вміти розрядити обстановку на студії, заспокоїти артиста і, якщо треба, змусити його викластися на 200% під час запису вокалу (як це геніально робив Рік Рубін).

Технічний експерт: Навіть якщо на проєкті є окремий звукорежисер, продюсер повинен розуміти закони акустики, психоакустики та сучасного звукозапису. Він визначає характер звуку: має він бути брудним та гаражним чи кришталево чистим і попсовим.

Менеджер проєкту: Керує бюджетом, наймає сесійних музикантів, орендує студії та стежить за дедлайнами.

Основні поняття/ключові слова: Музичний маркетинг: просування продукту на ринку. Стрімінгові платформи: Spotify, Apple Music, YouTube Music. Авторське право та роялті: юридичні аспекти володіння контентом. A&R (Artists and Repertoire): пошук та розвиток нових талантів. Незалежний продакшн (Indie production): робота поза мейджорами.

Рекомендована література: 1, 3, 6

Тема 2. Структура музичної індустрії

Короткий опис теми: Три головні сектори індустрії:

А. Звукозаписна індустрія (Recorded Music Industry)

Цей сектор відповідає за створення, запис, випуск та просування конкретного звукозапису (фонограми, або так званого «Майстра»).

Б. Музичне видавництво (Music Publishing)

Цей сектор фокусується не на записі, а на авторстві пісні — тобто на тексті, мелодії та гармонії, які створили композитори та поети-піснярі. Одну й ту саму пісню можуть записати 10 різних співаків (створивши 10 різних фонограм), але авторські права все одно належатимуть паблішеру та автору.

В. Жива музика та гастролі (Live Music & Touring)

Сектор, який приносить артистам найбільше «живих» грошей. Це індустрія організації концертів, турів та масштабних фестивалів.

Основні поняття/ключові слова: Особистий менеджер: стратегічне управління кар'єрою. PR та медіа-просування: робота зі ЗМІ, інфлюенсерами. SMM та TikTok-маркетинг: віральний контент, робота з фанатською базою. Мерчандайзинг: продаж брендкованої продукції. Брендинг артиста: візуальна ідентичність та позиціонування.

Рекомендована література: 4, 5, 8

Тема 3. Аналіз музичного ринку та трендів

Короткий опис теми: Світовий музичний ринок переживає етап глибокої структурної трансформації. Період вибухового, легкого зростання за рахунок простого переходу користувачів на стрімінги завершився. Сьогодні ринок став зрілим, висококонкурентним та технологічно насиченим. За даними свіжого

звіту IFPI Global Music Report, глобальний ринок звукозапису зріс на 6,4%, досягнувши позначки у 31,7 млрд доларів, що знаменує 11-й рік поспіль безперервного зростання.

Тема семінару:

Аналіз сучасного музичного ринку та розроблення стратегії просування музичного продукту на основі індустріальних даних

Завдання семінару:

Проаналізувати кейс успішного музичного релізу, використовуючи актуальні дані музичного ринку, визначити цільову аудиторію, канали дистрибуції та маркетингові інструменти, оцінити ефективність кампанії та запропонувати власну стратегію просування аналогічного музичного продукту.

Основні поняття/ключові слова: Частка ринку (Market Share): відсоток продажів/стрімів, який займає певний лейбл, жанр або артист. ARPU (Average Revenue Per User): середній дохід з одного користувача (важливий показник для стрімінгових сервісів). CAGR (Темп зростання): показник, що демонструє, як швидко росте індустрія рік до року. Big Data (Великі дані): масиви інформації про прослуховування, які використовують для прогнозування хітів. Conversion Rate (Конверсія): відсоток слухачів, які перетворилися на покупців квитків або підписників.

Рекомендована література: 7, 11, 14

Тема 4. Розробка концепції музичного проєкту

Короткий опис теми: Перед тим як інвестувати гроші у студію та маркетинг, концепцію варто перевірити за трьома критеріями:

Масштабованість: Чи зможе цей проєкт жити через 3 роки? Чи не занадто вузька тема концепту, яка вичерпає себе після перших п'яти пісень?

Органічність: Чи відповідає концепція реальній психології артиста? Якщо сором'язливого інтроверта штучно одягнути в образ епатажного секс-символу, слухач миттєво відчує фальш (когнітивний дисонанс).

Адаптивність під формати: Як ця концепція виглядатиме у 15-секундному відео в TikTok? Чи зчитується образ артиста без пояснювального тексту?

Основні поняття/ключові слова: Унікальна торгова пропозиція (USP): те, що відрізняє цей проєкт від тисяч інших (особливий голос, нетипове поєднання жанрів, таємничість). Архетип артиста: психологічний образ (наприклад, Бунтар, Маг, Романтик, Свій хлопець), який визначає манеру спілкування з фанатами. Місія та цінності: про що цей проєкт? Які ідеї він транслює (свобода, соціальні зміни, ностальгія). Tone of Voice: стиль комунікації (зухвалий, інтелектуальний, дружній).

Рекомендована література: 10, 18, 21

Тема 5. Планування та організація продакшну

Короткий опис теми: Бюджетна сітка (Budget Spreadsheet): Має включати не лише оплату студії, а й приховані витрати: кейтеринг (їжа для команди), транспорт, оплату послуг налаштувальника інструментів, купівлю ліцензій на специфічні семпли.

Тайм-буфер: Завжди додавайте 20–30% додаткового часу до дедлайнів. Вокаліст може застудитися, інженер зведення — захворіти, а на студії може раптово зникнути електроенергія.

Система менеджменту файлів: Використання хмарних сховищ із суворою структурою папок (наприклад: Project_Name -> Multitrack_Raw -> Mix_V1 -> Master_Final). Завжди застосовуйте правило бекапу «3-2-1» (три копії, на двох різних носіях, одна в хмарі).

Тема семінару:

Розроблення продюсерського плану музичного проєкту: бюджет, команда, етапи виробництва та управління ризиками

Завдання семінару:

На основі заданого музичного проєкту розробити план його реалізації: визначити етапи продакшну, склад команди, необхідні ресурси, бюджет, строки виконання та потенційні творчі, фінансові й організаційні ризики. Обґрунтувати запропоновані продюсерські рішення.

Основні поняття/ключові слова: Пре-продакшн (Pre-production): підготовчий етап (написання демо, вибір тональності, темпу, структури пісні). Продакшн (Production): основний процес запису інструментів та вокалу. Пост-продакшн (Post-production): зведення, мастеринг, створення альтернативних версій (radio edit, instrumental, stems). Таймлайн (Timeline): календарний план проєкту з чіткими датами завершення кожного етапу.

Рекомендована література: 5, 14, 28

Тема 6. Робота з артистами та командами

Короткий опис теми: Поглиблення знань про спеціальні прийоми, такі як: Психологія взаємодії з артистом: Створення «безпечного простору», Побудова рапорту, Правило «Зеленого світла» для ідей та тайм менеджмент.

Основні поняття/ключові слова: Топлайнер (Topliner): автор, який пише вокальну мелодію та текст на готовий біт. Гост-райтер (Ghostwriter): автор, який пише пісні для іншого артиста анонімно (без зазначення в публічних титрах). Вокальний продюсер: спеціаліст, що відповідає виключно за якість виконання вокалу, роботу над емоціями та бек-вокалом. Сесійний музикант: запрошений виконавець для запису конкретної партії (гітара, саксофон тощо) за фіксовану плату. Менеджер артиста: людина, яка представляє інтереси артиста і з якою продюсер обговорює бюджет та терміни.

Рекомендована література: 4, 17, 24

Тема 7. Технічні аспекти звукозапису

Короткий опис теми: Покращення розуміння фізики звуку, сигнального тракту, архітектури цифрового звуку (Digital Audio) та специфіки обладнання. Частота дискретизації (Sample Rate): Кількість вимірювань рівня сигналу за одну секунду. За теоремою Найквіста-Котельникова, частота дискретизації має бути мінімум вдвічі вищою за найвищу частоту, яку ми хочемо записати. Оскільки

людське вухо чує до 20кГц, стандарт для CD складає 44.1кГц. У сучасній студійній практиці стандартом є 48кГц або 96 кГц.

Тема семінару:

Технологічна стратегія звукозапису: вибір обладнання, мікрофонних технік та організація студійного процесу

Завдання семінару:

Розробити технічний план запису заданого музичного твору: визначити необхідне обладнання, типи та розташування мікрофонів, схему комутації, параметри запису та послідовність роботи. Обґрунтувати технічні рішення з урахуванням музичного матеріалу, бюджету та очікуваного результату.

Основні поняття/ключові слова: Джерело звуку (Sound Source): голос, гітара, барабани. Передпідсилювач (Preamp): пристрій, що посилює слабкий сигнал мікрофона до робочого рівня (line level). Аудіоінтерфейс (Audio Interface): "звукова карта", що з'єднує мікрофони/інструменти з комп'ютером. АЦП/ЦАП (ADC/DAC): конвертери (Аналого-Цифровий / Цифро-Аналоговий перетворювачі), що переводять електричний сигнал у нулі та одиниці і навпаки. Комутація: кабелі XLR (балансний, для мікрофонів), TRS/TS (Jack 6.3mm, для інструментів).

Рекомендована література: 20, 23, 29

Тема 8. Авторське право та контракти

Короткий опис теми: Ключові види контрактів у музичному продакшні

Продюсер у своїй практиці найчастіше стикається з трьома основними юридичними документами:

Продюсерський контракт (Producer Agreement)

Угода між музичним продюсером та артистом (або лейблом), яка визначає умови створення треку.

Договір про передачу прав / Ворк-фо-хайр (Work for Hire / Слід-аут)

Угода з сесійними музикантами, бек-вокалістами або інженерами звукозапису.

Контракт на очищення семплів (Sample Clearance)

Необхідний, якщо в треку використовується шматочок чужого запису (наприклад, вирізаний біт зі старої фанк-платівки).

Тема семінару:

Правове забезпечення музичного проєкту: авторські та суміжні права, ліцензування і договірні ризики

Завдання семінару:

Проаналізувати практичний кейс щодо використання музичного твору, семплу або фонограми. Визначити суб'єктів прав, необхідні дозволи та ліцензії, потенційні юридичні ризики й запропонувати структуру договірних відносин між учасниками проєкту. Аргументувати запропоноване рішення з урахуванням чинного законодавства.

Основні поняття/ключові слова: Авторське право на твір (Composition): права на музику (мелодію) та текст. Належить авторам (сонграйтерам) та публішерам. Суміжні права (Master Rights): права на конкретний звукозапис (фонограму). Зазвичай належить лейблу або артисту, що оплатив запис. Паблішинг (Publishing): управління правами на композицію (збір грошей для авторів тексту і музики). Спліт (Split): відсотковий розподіл прав між співавторами. Рекомендована література: 5, 7, 11

Тема 9. Маркетинг і просування

Короткий опис теми: Цикл «4–6 тижнів»: Новий трек має виходити кожні місяць-півтора. Це дозволяє постійно залишатися в полі зору рекомендаційних алгоритмів стримінгів та регулярно нагадувати про себе аудиторії.

Концепція «Водоспаду»: Коли виходить новий (третій) сингл, він завантажується на стримінги як частина мініальбому, куди автоматично «підшиваються» попередні два сингли. Це допомагає перенаправляти прослуховування зі свіжого треку на старіші роботи.

Основні поняття/ключові слова: Пітчинг (Pitching): подача треку редакторам стримінгів (Spotify for Artists, Apple Music for Artists) для включення в плейлисти. Едіторіальні плейлисти: офіційні добірки від кураторів платформ (наприклад, "Новинки по п'ятницях"). Алгоритмічні плейлисти: персоналізовані підбірки для кожного слухача (Discover Weekly, Release Radar). Pre-save посилення: можливість для фанатів зберегти трек ще до його виходу (важливий показник для алгоритмів). SmartLink (Смарт-лінк): єдине посилення, що веде на всі платформи (Linktree, fanlink.to).

Рекомендована література: 16, 18, 31

Тема 10. Фінансове планування

Короткий опис теми: Розрахунок точки безбитковості проєкту (Break-Even) Щоб розуміти, коли проєкт почне приносити чистий прибуток, фахівець має вирахувати обсяг продажів або прослуховувань, необхідний для покриття всіх інвестицій.

Основні поняття/ключові слова Кошторис (Cost Estimate): детальний план витрат. Витрати на продакшн: оплата студії, звукорежисера, сесійних музикантів, зведення та мастерингу. Маркетинговий бюджет: таргетована реклама, PR-кампанія, зйомка кліпів, контент для TikTok/Reels. Точка безбитковості (Break-even point): момент, коли доходи починають перекирвати витрати. ROI (Return on Investment): показник окупності інвестицій у реліз.

Рекомендована література: 16, 25, 28

Критерії оцінювання семінарів:

Критерії оцінювання	Кількість балів
Магістр вільно, доречно та безпомилково оперує індустріальною термінологією. Розуміє специфіку цифрової дистрибуції, функціонування мейджор- та незалежних лейблів, суміжних прав та	4-5

сучасного інструментарію маркетингу. Під час розбору практичних ситуацій (наприклад, аналіз маркетингової кампанії успішного альбому або судового позову щодо плагіату) студент виявляє причинно-наслідкові зв'язки. Запропоновані ним продюсерські рішення є фінансово та юридично обґрунтованими. Студент є проактивним учасником (або модератором) обговорення. Він не просто репродукує лекцію, а залучає додаткові аналітичні джерела (звіти IFPI, Billboard, Music Business Worldwide). Вміє коректно опонувати колегам, захищаючи власну стратегію розвитку музичного продукту.	
Відповіді магістра правильні, але мають переважно текстуальний, реферативний характер (чітко за конспектом лекцій або рекомендованою літературою). Присутні поодинокі неточності у складних дефініціях (наприклад, нюанси розрахунку роялті від стримінгу чи механічного ліцензування). Магістр бачить очевидні проблеми в запропонованому кейсі, але пропонує стандартні, шаблонні рішення (наприклад, «запустити рекламу в соцмережах» без деталізації таргетингу та воронки конверсії). Фінансова або операційна оцінка ризиків є поверхневою. Включається в обговорення переважно за ініціативою викладача або після прямого запитання. Власна позиція виражена слабо, магістр схильний погоджуватися з думкою більшості групи, не демонструючи глибокого критичного аналізу соціокультурного чи комерційного контексту.	3
Знання уривчасті та фрагментарні. Магістр плутає базові поняття музичного бізнесу (наприклад, не розрізняє функції продюсера, менеджера та агента; не розуміє різниці між майстер-правами та авторськими правами на композицію). Магістр не здатний проаналізувати продюсерську ситуацію. Пропоновані ним дії або нереалістичні, або прямо суперечать чинному законодавству у сфері інтелектуальної власності чи етичним нормам індустрії. Повна пасивність на семінарі, відмова від виступу або нездатність сформулювати думку без використання текстових підказок зі смартфона.	2-1

5. Методи навчання

У процесі вивчення навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання:

- словесні методи: розповідь, лекція, пояснення, бесіда, дискусія.
- наочні методи: ілюстрація, демонстрація, спостереження.
- методи формування практичних умінь та навичок: виконання практичних завдань, розробка схем, таблиць, складання опорних конспектів, складання словника понять;
- методи активного, евристичного і проблемного навчання, мультимедійні презентації.

1. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Тема	Завдання	Форма подання	Максимальна кількість балів
------	----------	---------------	-----------------------------

Тема 1. Вступ. Роль музичного продюсера в індустрії	Скласти календарний графік (від демо до майстер-файлу).	Реферат у форматі PDF або Word	4
Тема 2. Структура музичної індустрії	Розрахувати бюджет: оренда студії, оплата сесійних музикантів, зведення/мастеринг.	Мультимедійна презентація PowerPoint, Google Slides, Canva тощо	4
Тема 3. Аналіз музичного ринку та трендів	Сформулювати ТЗ (технічне завдання) для звукорежисера.	Реферат у форматі PDF або Word	4
Тема 4. Розробка концепції музичного проєкту	Визначити жанр та УТП (унікальну торгову пропозицію).	Реферат у форматі PDF або Word	4
Тема 5. Планування та організація продакшну	Скласти мудборд (візуальний стиль, кольори, референси образів).	Реферат у форматі PDF або Word	4
Тема 6. Робота з артистами та командами	Описати цільову аудиторію (хто ці люди, де вони живуть, що ще слухають).	Мультимедійна презентація PowerPoint, Google Slides, Canva тощо	4
Тема 7. Технічні аспекти звукозапису	Підібрати 3 музичні референси (схожі за звучанням треки).	Мультимедійна презентація PowerPoint, Google Slides, Canva тощо	4
Тема 8. Авторське право та контракти	Заповнити Split Sheet для пісні, створеної в співавторстві (розподілити частки між автором тексту, композитором та продюсером).	Мультимедійна презентація PowerPoint, Google Slides, Canva тощо	4
Тема 9. Маркетинг і просування	Написати коротке есе (1 сторінка) про різницю між правами на "Мастер" та "Паблішинг" на прикладі відомого каверу.	Реферат у форматі PDF або Word	4
Тема 10. Фінансове планування	Проаналізувати 3 ключові пункти типового контракту з лейблом (наприклад, термін дії та рекупмент).	Реферат у форматі PDF або Word	4

Критерії оцінювання самостійної роботи:

Критерії оцінювання	Кількість балів
---------------------	-----------------

Магістр продемонстрував глибокий дослідницький підхід, повну самостійність та високий рівень креативності. Продюсерська стратегія чи кейс обґрунтовані аналітично та фінансово. Матеріал структурований ідеально, продемонстровано відмінне володіння професійною термінологією, вимоги академічної доброчесності дотримані на 100%. Наявний глибокий критичний аналіз музичного ринку з використанням методів SWOT, PEST або конкурентного аналізу. Висновки є самостійними та аргументованими.	3-4
Оформлення відповідає вимогам. Самостійна робота виконана в повному обсязі, але має переважно репродуктивний або описовий характер. Продюсерські рішення є стандартними, бракує інноваційних підходів чи глибокого аналізу цільової аудиторії. Присутні суттєві помилки у правових аспектах (авторське право) або у розрахунках бюджету музичного проєкту. Логіка викладу матеріалу частково порушена. Робота структурована, але є помилки в оформленні бібліографії чи візуалізації даних. Рівень самостійності достатній, але оригінальність тексту та ідей середня.	2
Робота виконана на мінімально допустимому рівні. Проєкт або аналіз містить серйозні фактичні помилки. Самостійність дослідження під сумнівом, проте робота допущена до захисту завдяки наявності базової структури. Магістр не орієнтується в темі та не здатний обґрунтувати базові елементи продюсерської діяльності. Аналітичне завдання не мають практичної цінності. Фінансове планування відсутнє або повністю відірване від ринкових реалій. Інструменти просування та дистрибуції вказані хаотично.	0-1

Відповідно до [Положення про порядок визнання результатів навчання, здобутих у процесі формальної, неформальної та/або інформальної освіти](#) Університету, здобувач має право зарахувати результати навчання, якщо вони підтверджені офіційними документами (дипломом, сертифікатом, свідоцтвом тощо). Це можуть бути результати, отримані під час участі в онлайн чи очних курсах, програмах обміну, конференціях, тренінгах, семінарах, лекціях, майстер-класах, літніх чи зимових школах, бізнес-школах, стажуваннях та інших освітніх заходах.

У межах цієї дисципліни здобувач може подати документи для визнання результатів неформальної освіти за окремими темами. Якщо такі результати підтверджені сертифікатом чи іншим документом, вони зараховуються як виконання завдань для самостійної роботи.

Освітні курси, за проходження яких можна отримати перезарахування, знаходяться на платформах:

- [Prometheus](#)
- [EdEra](#)
- [Coursera](#)
-

7. Форми проведення контролю та критерії оцінювання

Оцінювання рівня знань здобувачів включає поточний і підсумковий контроль. Поточний контроль має на меті оцінити роботу здобувачів за всіма

видами аудиторної роботи (лекції, практичні заняття) та відображає поточні навчальні досягнення здобувачів в освоєнні програмного матеріалу дисципліни. Підсумковий (семестровий) контроль є інтегрованою оцінкою засвоєння знань здобувачів у вигляді семестрового заліку.

При викладанні дисципліни використовуються такі методи контролю:

поточний контроль (ПК) - включає диференційований та об'єктивний облік результатів освітньої діяльності здобувачів щодо засвоєння теоретичних знань (усне опитування, обговорення проблемних питань тощо) та уміння практичного вирішення завдань на практичних заняттях та під час самостійної роботи здобувачів. Поточний контроль передбачає максимально - 100 балів;

підсумковий семестровий контроль (ПСК) □ залік, за підсумками роботи в семестрі (за результатами поточного контролю).

Критерії оцінювання при поточному контролі:

Критерії оцінювання	Кількість балів
Магістр є лідером дискусій, демонструє глибоке розуміння індустріального контексту. Аргументує власну продюсерську позицію, спираючись на аналітику ринку та правову базу. Вільно й доречно оперує термінологією (A&R, дистрибуція, роялті, таргетинг, 360-градусний контракт). Магістр володіє не лише лекційним матеріалом, а й самостійно відстежує щотижневі тренди індустрії (релізи, технологічні оновлення платформ, гучні судові процеси у шоу-бізнесі). Вміє розрізняти позицію артиста та позицію лейбл/продюсера у конфліктних кейсах. Пропонує альтернативні (кризові) варіанти вирішення обговорюваної проблеми.	4
Магістр присутній на заняттях, відповідає на запитання викладача, але відповіді мають переважно репродуктивний характер (переказ лекцій чи підручника). Бракує власної ініціативи у дискусіях та критичного погляду на продюсерські проблеми. Відповідь є повною та логічною, студент вільно використовує професійну термінологію. Вміє аналізувати запропоновану викладачем ситуацію, але не виходить за межі наданих базових умов кейсу (не бачить прихованих ризиків). Магістр розуміє суть питання, але висловлює думку на рівні «побутового споживача музики», без належної продюсерської та економічної аргументації. Припускається термінологічних неточностей.	3-2
Магістр пасивний, не орієнтується в темі заняття, припускається грубих помилок у термінології. Відповідь фрагментарна. Магістр може назвати інструменти продюсування (наприклад, краудфандинг), але не знає механізму їхнього застосування на практиці. Включається в дискусію лише після прямого запитання викладача. Знання мають реферативний характер: магістр може прочитати текст зі смартфона або конспекту, але не здатний проаналізувати прочитане власними словами.	0-1

Критерії оцінювання семінарів:

Критерії оцінювання	Кількість балів
Магістр вільно, доречно та безпомилково оперує індустріальною термінологією. Розуміє специфіку цифрової дистрибуції, функціонування мейджор- та незалежних лейблів, суміжних прав та сучасного інструментарію маркетингу. Під час розбору практичних ситуацій (наприклад, аналіз маркетингової кампанії успішного альбому або судового позову щодо плагіату) студент виявляє причинно-наслідкові зв'язки. Запропоновані ним продюсерські рішення є фінансово та юридично обґрунтованими. Студент є проактивним учасником (або модератором) обговорення. Він не просто репродукує лекцію, а залучає додаткові аналітичні джерела (звіти IFPI, Billboard, Music Business Worldwide). Вміє коректно опонувати колегам, захищаючи власну стратегію розвитку музичного продукту.	5-4
Відповіді магістра правильні, але мають переважно текстуальний, реферативний характер (чітко за конспектом лекцій або рекомендованою літературою). Присутні поодинокі неточності у складних дефініціях (наприклад, нюанси розрахунку роялті від стрімінгу чи механічного ліцензування). Магістр бачить очевидні проблеми в запропонованому кейсі, але пропонує стандартні, шаблонні рішення (наприклад, «запустити рекламу в соцмережах» без деталізації таргетингу та воронки конверсії). Фінансова або операційна оцінка ризиків є поверхневою. Включається в обговорення переважно за ініціативою викладача або після прямого запитання. Власна позиція виражена слабо, магістр схильний погоджуватися з думкою більшості групи, не демонструючи глибокого критичного аналізу соціокультурного чи комерційного контексту.	3
Знання уривчасті та фрагментарні. Магістр плутає базові поняття музичного бізнесу (наприклад, не розрізняє функції продюсера, менеджера та агента; не розуміє різниці між майстер-правами та авторськими правами на композицію). Магістр не здатний проаналізувати продюсерську ситуацію. Пропоновані ним дії або нереалістичні, або прямо суперечать чинному законодавству у сфері інтелектуальної власності чи етичним нормам індустрії. Повна пасивність на семінарі, відмова від виступу або нездатність сформулювати думку без використання текстових підказок зі смартфона.	2-1

8. Розподіл балів, які отримують студенти

Курс/семестр: 2курс / 3семестр

За результатами поточного контролю та самостійна роботи											Сума балів
	T 1	T 2	T 3	T 4	T 5	T 6	T 7	T 8	T 9	T10	
Сам. робота	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100
Поточний контроль	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
Семінари			5		5		5	5			

Шкала відповідності оцінок

Оцінка за стобальною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	Значення оцінки	Рівень компетентності
90 – 100	A	Відмінно – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов’язкового матеріалу з можливими незначними недоліками	Високий (творчий)
82 – 89	B	Дуже добре – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов’язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок	Достатній (конструктивно- варіативний)
74 – 81	C	Добре – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок	
64 – 73	D	Задовільно – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності	Середній (репродуктивний)
60 – 63	E	Достатньо – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)	
35 – 59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання	Низький (рецептивно- продуктивний)
0 – 34	F	Незадовільно з обов’язковим повторним вивченням курсу – досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни	

9. Рекомендована література

1. Бондаренко, А. О. (2022). Специфіка музичного продюсування в умовах розвитку цифрових платформ. Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство, 46, 112–119.
2. Власенко, І. М. (2023). Роль саунд-продюсера у формуванні сучасного українського поп-продукту. Мистецтвознавчі записки, 41, 88–95.
3. Григор'єва, О. В. (2025). Еволюція продюсерської діяльності в українському шоу-бізнесі під час воєнного стану. Культура і сучасність, 1, 45–52.
4. Дмитренко, О. В. (2021). Інноваційні підходи до промоції музичних проєктів у соціальних мережах. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку, 38, 101–108.
5. Ковальчук, О. С. (2024). Основи музичного продюсування: Навчальний

посібник. Ліра-К.

6. Лисенко, В. М. (2023). Вплив штучного інтелекту на процеси створення та дистрибуції музичного контенту. *Музичне мистецтво в освітологічному дискурсі*, 8, 54–61.
7. Мельник, Ю. І. (2022). Авторське право та суміжні права в індустрії звукозапису. *Право та інноваційне суспільство*, 2(18), 34–41.
8. Олійник, Т. П. (2025). Незалежне продюсування: виклики та перспективи інді-музикантів в Україні. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 1, 77–83.
9. Петренко, С. В. (2026). Стримінгові платформи як основний інструмент монетизації аудіоконтенту. *Економіка та управління підприємствами*, 12, 210–218.
10. Романюк, І. О. (2021). Художньо-естетичні аспекти роботи музичного продюсера в студії звукозапису. *Наукові записки ТНПУ. Серія: Мистецтвознавство*, 2, 65–72.
11. Савченко, М. В. (2024). Музичний бізнес в Україні: реалії та стратегії розвитку. *Видавництво НМАУ*.
12. Сидоренко, А. Ю. (2023). Специфіка роботи з артистами: психологія продюсування та управління конфліктами. *Психологія і суспільство*, 3, 120–128.
13. Ткаченко, Р. О. (2025). Акустичні та технологічні аспекти сучасного зведення і мастерингу в продюсерській практиці. *Технології аудіовізуального мистецтва*, 4, 22–30.
14. Шевчук, О. М. (2022). Феномен музичного лейблу в епоху цифрової дистрибуції: трансформація бізнес-моделей. *Вісник Львівського університету. Серія мистецтвознавство*, 25, 134–142.
15. Яковлев, О. В. (2024). Інтеграція українського музичного продукту у світовий ринок: роль міжнародних шоукейс-фестивалів. *Міжнародні*

відносини: теоретико-практичні аспекти, 11, 89–97.

- 16.Ярмоленко, К. В. (2021). Менеджмент і маркетинг у музичній індустрії: сучасні тренди та діджиталізація. *Маркетинг і цифрові технології*, 5(2), 44–55.
- 17.Український культурний фонд. (2022). Стан та потреби української музичної індустрії під час кризи [Аналітична доповідь]. УКФ.
- 18.Організація колективного управління «УААСП». (2025). Гайд з реєстрації творів та розподілу роялті для незалежних авторів. ГО «УААСП».
- 19.Allen, P. A. (2024). *Artist management for the music business* (5th ed.). Focal Press.
- 20.Anderton, C., & James, M. (2022). *Media narratives in pop music*. Bloomsbury Academic.
- 21.Burgess, R. J. (2026). *The history of music production* (2nd ed.). Oxford University Press.
- 22.Campion, S. (2025). The evolving role of the modern music producer in the streaming era. *Journal of the Art of Record Production*, 14(2), 45–59.
- 23.Collins, S. (2021). *The lean music producer: Agile methods for independent artists*. Routledge.
- 24.Harding, P. (2023). *Pop music production: Practices and techniques*. Routledge.
- 25.Harrison, A. (2024). *Music: The business* (8th ed.). Virgin Books.
- 26.Hepworth-Sawyer, R., Hodgson, J., & Marrington, M. (Eds.). (2022). *Innovation in music: Future opportunities*. Routledge.
- 27.Huber, D. M., & Runstein, R. E. (2025). *Modern recording techniques* (10th ed.). Routledge.
- 28.Jackson, D. (2021). *The music producer's survival guide*. Course Technology PTR.
- 29.Katz, B. (2023). *Mastering audio: The art and the science* (4th ed.). Focal Press.
- 30.Owsinski, B. (2022). *The mixing engineer's handbook* (5th ed.). BOMG Publishing.
- 31.Passman, D. S. (2023). *All you need to know about the music business* (11th ed.). Simon & Schuster.
- 32.Rona, J. (2025). *The reel world: Scoring for pictures, television, and video games* (3rd ed.). Hal Leonard.

33. Strachan, R. (2021). *Sonic technologies: Popular music, digital culture and the creative process*. Bloomsbury Academic.
34. Toulson, R. (2024). *Drum sound and drum tuning: Theory and practice*. Routledge.
35. Zagorski-Thomas, S. (2022). *The musicology of record production* (2nd ed.). Cambridge University Press.