

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

Факультет гуманитарный
Кафедра социально-гуманитарных дисциплин и менеджмента

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой
Колпина Л. Г.

22.11.2017 г.

СОГЛАСОВАНО
Декан факультета
Пуйман С. А.

22.11.2017 г.

ПРАВОВЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОДЮСЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ИСКУССТВ

*Электронный учебно-методический комплекс
для обучающихся специальности 1-20 81 02 Продюсерство в сфере искусств*

Составитель

Колпина Л. Г., заведующий кафедрой социально-гуманитарных дисциплин и менеджмента частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А. М. Широкова», кандидат экономических наук, доцент

Рассмотрено и утверждено
на заседании Совета Института
протокол № 4 от 28.11.2017 г.

УДК 79(075.8)
ББК 33я73

Р е ц е н з е н т ы:

кафедра менеджмента социально-культурной деятельности Государственного учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 4 от 01.11.2017 г.);

Кондратьева Т. Н., доцент кафедры «Информационные системы в управлении» МИДО Белорусского национального технического университета, кандидат экономических наук, доцент.

Рассмотрено и рекомендовано к утверждению
кафедрой социально-гуманитарных дисциплин и менеджмента
(протокол № 4 от 20.11.2017 г.)

Колпина, Л. Г. Правовые и экономические основы продюсерской деятельности в сфере искусств : учеб.-метод. комплекс для обучающихся специальности 1-20 81 02 Продюсерство в сфере искусств [Электронный ресурс] / Авт.-сост. Колпина Л. Г. – Электрон. дан. (0,7 Мб). – Минск : Институт современных знаний имени А. М. Широкова, 2018. – 96 с. – 1 электрон. опт. диск (CD).

Систем. требования (миним.) : Intel Pentium (или аналогичный процессор других производителей) 1 ГГц ; 512 Мб оперативной памяти ; 500 Мб свободного дискового пространства ; привод DVD ; операционная система Microsoft Windows 2000 SP 4 / XP SP 2 / Vista (32 бит) или более поздние версии ; Adobe Reader 7.0 (или аналогичный продукт для чтения файлов формата pdf).

Номер гос. регистрации в НИРУП «Институт прикладных программных систем» 1951814185 от ????.201? г.

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

Для обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования II ступени, и преподавателей.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Электронный учебно-методический комплекс разработан в соответствии с учебной программой для обучающихся на второй ступени высшего образования в Частном учреждении образования «Институт современных знаний имени А. М. Широкова» по специальности 1-20 81 02 «Продюсерство в сфере искусств», получающих образование в очной и заочной формах.

Изучение дисциплины «Правовые и экономические основы продюсерской деятельности в сфере искусств» предусмотрено в образовательном стандарте и учебном плане Института современных знаний имени А. М. Широкова. Общий объем часов – 144. Объем учебной нагрузки на дневной форме обучения – 64 академических часа, из них лекций – 38 часов, семинарских и практических занятий – 26 часов; на заочной форме обучения – 16 академических часов, из них лекций – 10 часов, семинарских и практических занятий – 6 часов. Форма текущей аттестации – экзамен в первом семестре. Форма получения образования – очная, заочная.

Цель учебной дисциплины «Правовые и экономические основы продюсерской деятельности в сфере искусств» – 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 искусств;
- освоение современной терминологии предпринимательства, продюсерства в сфере искусств, сути макроэкономических терминов;

– изучение правового положения продюсера в контексте прав на аудиовизуальное произведение, а также авторские и хозяйственные договоры в системе договорных отношений;

– ознакомление с правами, обязанностями и этическими принципами предпринимателя, особенностями развития предпринимательства в сфере культуры и искусств;

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

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

Место учебной дисциплины в системе подготовки магистров по специальности 1-20 81 02 «Продюсерство в сфере искусств», связь с другими учебными дисциплинами

Место учебной дисциплины в цикле специальных учебных дисциплин определяется предметом ее изучения. Учебная дисциплина «Правовые и экономические основы продюсерской деятельности в сфере искусства» входит в государственный компонент учебного плана. Она основывается на учебной дисциплине «Менеджмент и маркетинг в сфере искусства» и служит базой для восприятия и изучения учебной дисциплины «Методологические основы научно-исследовательской и проектной деятельности».

Требования к освоению учебной дисциплины в соответствии с образовательным стандартом

В результате изучения дисциплины магистрант обязан

знать:

- систему правового обеспечения сферы культуры и искусства;
- особенности правового регулирования разных направлений сферы культуры и искусств;
- основы 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,

- анализировать итоги своей производственно-хозяйственной деятельности;

- разрабатывать эффективные программы развития бизнеса в сфере культуры и искусств;

- разрабатывать финансовые планы;

- разрабатывать экономическое обоснование культурных проектов;

владеть:

- методами планирования основных экономических и финансовых показателей;

- системами ценообразования на аудиовизуальное произведение;

- методами оценки заемных источников средств, активов, результатов деятельности.

Коды формируемых компетенций: ПК 4-7; 12-13; СЛК 1, 4; АК 1-3.

Требования к профессиональным компетенциям магистра. Магистр должен:

ПК-4. Генерировать и инициировать идеи произведений искусства, аудиовизуальных произведений, культурных проектов;

ПК-5. Использовать нормативно-правовую базу сферы культуры;

ПК-6. Проводить маркетинговые исследования, применять рекламную стратегию в процессе реализации культурных проектов;

ПК-7. Организовывать финансово-экономическое обеспечение проектов в сфере культуры.

ПК-12. Создавать новый сегмент рынка конкурентоспособных услуг в сфере культуры, используя инновации.

ПК-13. Осуществлять экономические операции, связанные с подготовкой и реализацией проектов в сфере культуры.

Требования к социально-личностным компетенциям магистра. Магистр **должен:**

СЛК-1. Обладать качествами гражданственности.

СЛК-4. Быть способным к критике и самокритике (критическое мышление).

Требования к академическим компетенциям магистра. Магистр **должен:**

АК-1. Владеть и применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом.

АК-3. Владеть исследовательскими навыками.

ЭУМК включает разделы: теоретический, практический, контроля знаний и вспомогательный. *В теоретическом* разделе представлен опорный конспект лекций, включающий основные вопросы дисциплины по семи темам в соответствии с учебной программой. Всего изложено примерно 50% экзаменационных вопросов.

В практическом разделе присутствуют планы семинарских занятий по темам и вопросы для самопроверки, задания для проведения практических занятий и типовые задачи, темы курсовых работ.

В разделе контроля знаний содержится перечень экзаменационных вопросов и тесты по дисциплине, а также задания по семестровым контрольным работам. *Во вспомогательном разделе* представлена учебная программа, а также перечень литературных источников, рекомендуемых для изучения дисциплины.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. ВВЕДЕНИЕ

Продюсерская деятельность в сфере искусств является, по своей сути, предпринимательской, так как отвечает критериям, установленным для предпринимательской деятельности в законе Республики Беларусь «О предпринимательстве». В сфере искусств она имеет особенности, обусловленные спецификой отрасли и сложностью построения экономических отношений для достижения экономического (финансового) эффекта. Центральной фигурой в организации предпринимательской деятельности в сфере искусств является продюсер, который осуществляет финансово-хозяйственные операции в рамках установленного правового поля.

В курсе лекций раскрыты имеющиеся в Республике Беларусь правовые и экономические особенности организации продюсерской деятельности, сделаны некоторые выводы и обобщения. Для доказательности рассуждений приведены ссылки на законодательные акты Республики Беларусь и алгоритмы расчета наиболее используемых в практике экономических и финансовых показателей.

Курс лекций состоит из двух разделов. В первом рассмотрены правовые, во втором – экономические основы деятельности продюсера. Внимание обучающихся обращено на недостаточную разработку правового режима деятельности продюсера. Так, не ясны полномочия, обязанности и меры ответственности продюсеров – индивидуальных предпринимателей и юридических лиц.

Продюсер должен хорошо разбираться в основах экономики, менеджмента, маркетинга, финансов. Эти требования учтены при подборе вопросов лекций во втором разделе курса. Такие вопросы, как формирование финансовых средств, достаточность капитала, цена капитала, показатели прибыли, точка безубыточности и другие имеют практическую направленность. Их изучение будет способствовать повышению квалификационного уровня знаний обучающихся.

Вопросы в курсе лекций подобраны с учетом требований образовательного стандарта Республики Беларусь для второй ступени обучения для специаль-

ности «Продюсерство в сфере искусств» и содержания квалификационной характеристики должности продюсера.

Курс лекций будет полезен не только для обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования II ступени, по специальности 1-20 81 02 «Продюсерство в сфере искусств», но и студентам гуманитарного факультета и факультета искусств, получающим первое высшее образование.

1.2. КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

Содержание лекционного материала по темам курса

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

В Республике Беларусь сложилась структура отрасли «культура», включающая учреждения и организации различного вида деятельности, связанные с производством, хранением, популяризацией и продвижением культурных ценностей. Существуют следующие основные типы организаций:

- библиотеки;
- музеи;
- картинные, художественные галереи и галереи искусств;
- выставочные залы, панорамы и другие выставочные организации в сфере культуры;
- клубы, дома и дворцы культуры, центры (дома) народного творчества (народного искусства, фольклора), центры (дома) ремесел, молодежные культурные центры, центры национальных культур и другие клубные учреждения;
- парки культуры и отдыха, городские сады, зоопарки, зоосады;
- книжные палаты;
- театры;
- цирки;
- филармонии и другие концертные организации;
- организации кинематографии;

- творческие мастерские;
- организации народных промыслов (ремесел);
- научно-проектные и производственно-реставрационные организации;
- научно-исследовательские учреждения и методические центры народного творчества (культурно- просветительной работы).

Организации культуры, которые осуществляют культурную деятельность путем создания произведений сценического (музыкального) искусства и организацию и проведение культурно-зрелищных мероприятий, называются *театрально-зрелищными*. К ним относятся театры, цирки, концертные и другие организации, осуществляющие вышеуказанную культурную деятельность.

Организации культуры, которые осуществляют культурную деятельность путем обеспечения доступа физических лиц до культурных ценностей, находящихся в фондах этих организаций, либо путем создания условий для занятия творчеством, самообразованием, а также для духовного и физического развития, называются *культурно-просветительными*. К ним относятся музеи, библиотеки, клубные учреждения и иные типы организаций культуры, осуществляющие вышеуказанную культурную деятельность.

К сфере искусства относятся галерейно-выставочная деятельность, театрально-зрелищные объединения и организации кино и видеоискусства.

Учреждения и организации: государственные и частные; бюджетные государственные (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 уровень;
- местный уровень.

Роль культуры и искусства в экономическом и социальном развитии государства

По мнению ряда специалистов, отрасль культуры представляет стратегические ресурсы страны, так как практически все социальные явления имеют

культурные мотивы. Роль культуры и искусства в современном мире велика, и ее можно выразить следующими направлениями:

1. Прямой вклад в экономику;
2. Прямое социальное влияние;
3. Косвенное экономическое влияние;
4. Косвенное социальное влияние.

Культура и искусство являются системообразующим фактором консолидации и развития общества в национальном и региональном масштабе.

Законодательные акты, определяющие порядок создания, функционирования и прекращения деятельности организаций культуры и искусства

Правовые рамки обеспечения создания, функционирования, поддержки и развития организаций культуры и искусства установлены действующим законодательством. Основными законодательными актами являются 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.

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, порядок их создания и ликвидации, органы управления в отрасли и другие аспекты. При планировании создания организаций культуры 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 Респуб-

лики Беларусь и законами Республики Беларусь «О предпринимательской деятельности в Республике Беларусь», «О хозяйственных обществах».

Нормативно-правовые акты, отражающие особенности деятельности различных типов и видов организаций культуры и искусства

В сфере культуры и искусства значительная часть организаций являются некоммерческими. Учреждения культуры владеют, пользуются и распоряжаются закрепленным за ними имуществом на праве оперативного управления. Особенности деятельности отдельных типов организаций названы в Кодексе о культуре Республики Беларусь. *Регулирование организации досуга населения* осуществляется на основании специального Положения об организации и проведении культурно-зрелищных мероприятий, принятого к Указу Президента Республики Беларусь от 5 июня 2016 г. № 257 «Об отдельных вопросах организации и проведения культурно-зрелищных мероприятий».

Нормативно-правовые акты, отражающие государственную поддержку сферы искусств

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 обуславливать использование вносимых ими средств на проведение конкретных мероприятий и программ.

Операции по накоплению и расходованию средств Фонда осуществляются Министерством культуры.

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. Предпринимательство в рыночной экономике

Содержание понятий: бизнес, предпринимательство, предпринимательский стиль деятельности

Бизнес – это деятельность, осуществляемая частными лицами, предпринимателями или организациями по извлечению природных благ, производству или приобретению и продаже товаров или оказанию услуг в обмен на другие товары, услуги или деньги к взаимной выгоде заинтересованных лиц или организаций. Бизнес направлен на получение прибыли.

В рыночной экономике важным условием достижения предприятием успеха и условием его развития являются предпринимательство и предпринимательский стиль деятельности.

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.

Понятия «бизнес» и «предпринимательство» взаимосвязаны, но имеют и отличия. Их можно увидеть в сравнении так называемого приростного стиля деятельности, характерного для бизнеса, и предпринимательского стиля деятельности, связанного с предпринимательством.

Виды и формы предпринимательства и их взаимосвязь: производственное, коммерческое (торговое), финансовое, кредитное, посредническое, страховое

Производственное предпринимательство является, как правило, наиболее сложным и рисковым занятием. Существенными рисками являются риск нереализации произведенной продукции и неплатежи покупателей. В то же время производственное предпринимательство является основным для экономики, развитие других видов без него невозможно. Производственный бизнес тесно связан с бизнесом в сфере обращения.

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

Коммерческой сделке предшествует маркетинговый анализ рынка, в результате которого прогнозируются объемы закупки и продажи товара, цена покупки и цена реализации товара. При положительных прогнозах разрабатывается бизнес-план предпринимательской деятельности.

К особым видам коммерческого предпринимательства относится финансовое (финансово-кредитное), когда объектом купли-продажи является специфический товар – деньги, валюта, ценные бумаги.

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

Продюсерство как предпринимательская деятельность и важный инструмент реализации услуг в сфере искусства

Продюсерство в сфере искусства – это система целей, принципов, функций и технологий в социально-культурной деятельности, обеспечивающая разработку и реализацию комплекса мероприятий тактического и стратегического характера в соответствии с философией и миссией учреждений культуры и искусства.

Продюсерство является разновидностью предпринимательской деятельности, так как отвечает характеристикам предпринимательства, данным в Законе Республики Беларусь «О предпринимательской деятельности». Предпринимательская деятельность осуществляется на всех стадиях создания и использования аудиовизуальных произведений, и здесь можно выделить несколько субъектов.

Субъектами предпринимательской деятельности в аудиовизуальной сфере являются лица, которые на разных стадиях прохождения фильма от авторов к зрителю прямо (продюсеры, дистрибьюторы и пр.) или косвенно (страховые организации, инвесторы и др.) используют само аудиовизуальное произведение или его элементы, права на его использование или экземпляры этого произведения в качестве объекта своей деятельности, направленной на получение прибыли.

Организация производственного процесса, то есть фактическая предпринимательская деятельность продюсера состоит в финансовом и технологическом обеспечении съемок. Отношения продюсера с другими субъектами строятся на основе различных договоров.

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.

Государственное регулирование предпринимательства. Поддержка малого и среднего предпринимательства

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.

Реализация основных целей и задач государственного регулирования предпринимательской деятельности осуществляется путем выполнения конкретных функций или определенных видов деятельности государственными органами власти.

В условиях развития рыночных отношений возрастает значение экономических методов управления и инструментов.

Тема 3. Правовое регулирование продюсерства

Правовое положение продюсера регулируется различными актами, в первую очередь, гражданским законодательством, поскольку в подавляющем большинстве случаев деятельность продюсера является предпринимательской. Продюсерство в Республике Беларусь определено в Кодексе о культуре Республики Беларусь и Законе «Об авторском праве и смежных правах».

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, стратегии маркетинга. Особую заботу представляет юридическое оформление проекта и заключение договоров с авторами произведений. Необходимым документом является бизнес-план 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.

Судя по перечню должностных обязанностей, продюсер должен быть высокообразованным человеком. Осуществление обязанностей происходит путем

выполнения определенных функций. Это функции планирования и прогнозирования, анализа и контроля, научная, воспитательная.

Особенности правового режима деятельности продюсера как физического лица

Действующее законодательство не очерчивает круг правомочий и обязанностей продюсера, не говорит об его ответственности – перед кем она возникает, в каких формах реализуется.

Специфика деятельности продюсерских центров, продюсерских компаний – юридических лиц, их обязанности и правомочия, функции в действующем законодательстве также не определены. Из этого следует, что правовое положение продюсеров как предпринимателей окончательно не сформировано.

Еще одним подтверждением этому является отсутствие в Республиканском классификаторе видов экономической деятельности самостоятельной секции для культуры и искусства. Их услуги в перечне не выделены и «загружены» в рубрику «Коммунальные, социальные и персональные услуги». Поэтому в статистических сборниках нельзя увидеть роли культуры и искусства в экономике страны, в создании ее валового национального продукта. Термин «продюсер» в Классификаторе не обозначен ни в каких группировках.

Тем не менее, продюсер в аудиовизуальной сфере выполняет сложную и многозначную роль. С одной стороны, это предприниматель, организующий всю финансовую и техническую сторону производства фильма и берущий на себя инициативу начала и ответственность за благополучное завершение съемок. С другой стороны, именно продюсер выбирает (или утверждает) автора сценария, режиссера, композитора, членов исполнительской группы, заключает с ними договоры на создание фильма. В силу Закона Республики Беларусь «Об авторском праве и смежных правах» он не получает никаких прав на созданное под его руководством аудиовизуальное произведение. Эти права он может приобрести по договору с авторами произведения. Отсюда – важную роль для продюсера играет заключение договоров.

Правовые отношения продюсера с авторами предусматривают ограничения. Прежде всего, это неотчуждаемые правомочия, возникающие у творцов, так называемые личные неимущественные права (ст. 15 Закона). Личные неимущественные права принадлежат автору независимо от его имущественных прав и сохраняются за ним в случае уступки исключительных прав на использование произведения.

Есть и другие ограничения продюсера при заключении авторского договора.

Тема 4. Организационно-правовые формы коммерческих и некоммерческих организаций, их краткая характеристика

Общества с ограниченной ответственностью и общества с дополнительной ответственностью, их учредительные документы. Порядок формирования уставного капитала

Минимальный размер уставного фонда устанавливается в размерах, предусмотренных их учредительными документами.

Прибыль общества определяется в общеустановленном порядке. 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.

Унитарным называется предприятие, не наделенное правом собственности на имущество, закрепленное за ним собственником. В форме унитарных

предприятий в Республике Беларусь могут быть созданы государственные или частные предприятия.

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.

Государственное унитарное предприятие, основанное на праве хозяйственного ведения, отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом и не несет ответственности по обязательствам собственника имущества. При возникновении возможности субсидиарной ответственности собственника имущества данное правило распространяется и на дочерние предприятия (ст. 52 Гражданского кодекса Республики Беларусь).

Риски предприятия: банкротство, финансовые, предпринимательские и другие. Права предприятия, ограничения в распоряжении имуществом. Формы государственной поддержки

Государственное унитарное предприятие, основанное на праве оперативного управления (казенное предприятие), может быть образовано по решению Правительства Республики Беларусь (ст. 115 Гражданского кодекса Республики Беларусь).

Особенности функционирования казенного предприятия. Планирование деятельности казенного предприятия осуществляется централизованно (по схеме «сверху вниз»). Имеются особенности при распределении прибыли казенных предприятий и при наступлении субсидиарной ответственности государства по обязательствам.

Акционерные общества, особенности их создания и функционирования. Отличительная особенность этого вида хозяйственных обществ – формирование уставного фонда за счет размещения эмиссионных ценных бумаг (акций, удостоверяющих обязательные права участников по отношению к обществу). *Открытые (ОАО) и закрытые (ЗАО).* 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.

В соответствии с законодательством Республики Беларусь, минимальный размер уставного фонда составляет для ОАО сумму в размере 400 базовых величин, для ЗАО – сумму в размере 100 базовых величин. К моменту государственной регистрации уставный фонд акционерного общества должен быть полностью сформирован.

При планировании распределения чистой прибыли предусматривается выплата процентов по акциям. Решение о выплате дивидендов зависит от финансовых результатов деятельности акционерного общества.

Некоммерческие организации, их виды и основы функционирования

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.

Некоммерческие организации занимают ведущее место в сфере культуры. Это обусловлено целями их деятельности, которые отвечают функциям сферы культуры в обществе.

Отечественные некоммерческие организации культуры в основном существуют в организационно-правовой форме учреждения, фонда, объединения юридических лиц (ассоциации или союза). Отличия организационно-правовых форм некоммерческих организаций культуры основываются на различиях вещных прав самих некоммерческих организаций и их учредителей (членов, участников), а также ответственности последних по обязательствам организации и др. К вещным правам, согласно ст. 217 Гражданского кодекса Республики Беларусь, относятся, наряду с правом собственности, право оперативного управления, право хозяйственного ведения и др.

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. Учреди-

тель, в свою очередь, обязан в полном или частичном объеме финансировать деятельность учреждения (государственные учреждения финансируются из соответствующих бюджетов).

Кроме того, во многих организационно-правовых формах некоммерческих организаций культуры учредители (члены, участники) не несут ответственности по обязательствам организации, а организация, в свою очередь, не отвечает по обязательствам своих учредителей (членов, участников). Однако в таких организационно-правовых формах некоммерческих организаций культуры, как учреждение и объединение юридических лиц (ассоциации и союзы), учредители (члены) несут субсидиарную (дополнительную) ответственность по обязательствам организации. Так, в случае недостаточности денежных средств, находящихся в распоряжении учреждения для погашения своих обязательств, ответственность по их погашению переходит к учредителю учреждения (ст. 120 Гражданского кодекса Республики Беларусь).

Организационно-правовые формы некоммерческих организаций культуры также дифференцируются по таким признакам, как наличие членства и права ведения предпринимательской деятельности. Членство является обязательным для таких организационно-правовых форм, как некоммерческое партнерство (есть в Российской Федерации), объединение юридических лиц и общественная организация. Все остальные организации могут функционировать без использования членства.

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.

Тема 5. Договорной режим производственно-коммерческой деятельности

Сделки и представительство в коммерческих правоотношениях

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».

Обязательства возникают из договора, но могут быть и недоговорными, например, вследствие причинения вреда, неосновательного обогащения.

Договор – это соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей, то есть, по сути, это двухсторонняя или многосторонняя сделка. Об этом сказано в ст. 155 Гражданского кодекса Республики Беларусь.

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.

При совершении сделки волеизъявление приобретает форму определенного действия: целенаправленное ведение переговоров о заключении сделки, подписание договора, выдача доверенности и т.д.

Сделка может быть совершена через представителя сторон или единого коммерческого представителя.

Представитель не может совершать сделки от имени представляемого в отношении себя лично. Он не может также совершать сделки в отношении другого лица, представителем которого он одновременно является, за исключением случаев коммерческого представительства (ст. 183 Гражданского кодекса Республики Беларусь).

Коммерческое представительство осуществляется на основании договора, заключенного в письменной форме и содержащего указания на полномочия представителя, а при отсутствии таких указаний – также и по доверенности (ст. 185 Гражданского кодекса Республики Беларусь).

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).

В коммерческой деятельности широкое распространение получили односторонние сделки. К ним относятся: объявление торгов в виде аукциона или конкурса, составление векселя, выдача доверенности и др. Из односторонней сделки обычно возникают права у других лиц. Так, из доверенности на представительство у представителя возникает право совершить сделку от имени представляемого лица.

Сделки могут быть *условными*. В условных сделках возникновение или прекращение прав и обязанностей зависит от наступления или ненаступления определенных обстоятельств (условий). Различают сделки с *отменительным условием* и сделки с *отлагательным условием*.

Сделка, по которой уплата известной *премии* дает право купить или продать ценные бумаги или товары по *установленной цене в любой день* в течение определенного периода времени либо вообще *отказаться от сделки* без возмещения убытков, называется *опционом*. Опцион с правом купить является *сделкой с предварительной премией* (опцион «колл»), а с правом продать – *сделкой с обратной премией* (опцион «пут»). Сделка купли – продажи наличного товара *на условиях немедленной его передачи* носит название «*спот*».

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.

Форма сделки – это способ фиксации волеизъявления участников сделки. Воля может быть выражена в устной или письменной форме (простой или нотариальной).

Сделка в письменной форме должна быть совершена путем составления документа, выражающего ее содержание и подписанного лицом или лицами, совершающими сделку, или должным образом уполномоченными ими лицами. Законодательно-правовыми актами и соглашением сторон могут устанавливаться дополнительные требования, которым должна соответствовать форма сделки (совершение на бланке определенной формы, скрепление печатью и др.), и предусматриваться последствия несоблюдения этих требований.

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. Кроме того, нормы Кодекса предусматривают случаи, когда письменная форма сделки обязательна, независимо от того, кто ее совершает и какова ее сумма (договор о коммерческом представительстве, доверенность, договор о залоге, поручительство, задаток, уступка требования и др.). Нотариальное удостоверение сделок обязательно в случаях:

- а) указанных в законодательстве;
- б) предусмотренных соглашением сторон.

Несоблюдение нотариальной формы (а в случаях, установленных законодательством, – требования о государственной регистрации сделки) влечет ее недействительность (такая сделка считается ничтожной).

Сделка, не способная породить желаемые сторонами последствия, но при определенных условиях порождающая нежелательные последствия, признается *недействительной*. Недействительная сделка может быть признана абсолютно недействительной (*ничтожной*) или относительно недействительной (*оспоримой*).

Недействительность части сделки не влияет на ее действительность в целом, если она могла быть совершена и без этой части (ст. 181 Гражданского кодекса Республики Беларусь). Кодексом признаются ничтожными:

- сделки, не соответствующие требованиям закона или иных правовых актов, – это общее основание признания сделки недействительной (ст. 168 Гражданского кодекса Республики Беларусь);

- сделки, в которых имеет место несоблюдение их нотариальной формы в установленных законодательством случаях, а также требований о государственной регистрации (ст. 166 Гражданского кодекса Республики Беларусь);

- ценные бумаги, в которых отсутствуют обязательные реквизиты или имеет место несоблюдение установленной для них формы (ст. 145 Гражданского кодекса Республики Беларусь);

- мнимые и притворные сделки (ст. 171 Гражданского кодекса Республики Беларусь);

- сделки, совершенные гражданином, признанным недееспособным (ст. 172 Гражданского кодекса Республики Беларусь).

Мнимая сделка – это сделка, совершенная лишь для вида, без намерения создать соответствующие ей юридические последствия. Она является ничтожной. Притворная сделка совершается с целью прикрыть другую сделку. Она также ничтожна.

При недействительности сделки каждая из сторон обязана возвратить другой все полученное по сделке, а в случае невозможности – возвратить полученное в натуре (в том числе тогда, когда полученное выражается в пользовании имуществом, выполненной работе или предоставленной услуге) – возместить его стоимость в деньгах, если иные последствия недействительности сделки не предусмотрены Гражданским кодексом и иными законодательными актами.

Договор как основа коммерческих обязательств. Договор – это соглашение двух или более сторон, направленное на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей, в том числе в области коммерческих отношений (ст. 390 Гражданского кодекса Республики Беларусь).

Граждане и юридические лица свободны в заключении договора. Понуждение не допускается, за исключением случаев, когда обязанность заключить договор предусмотрена законодательством или добровольно принятым обязательством (ст. 391 Гражданского кодекса Республики Беларусь).

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).

Условия договора определяются по усмотрению сторон, кроме случаев, когда содержание соответствующего условия предписано законодательно – правовыми актами (ст. 392 Гражданского кодекса Республики Беларусь).

Если после заключения и до прекращения действия договора принят акт законодательства, устанавливающий обязательные для сторон правила, иные, чем те, которые действовали при заключении договора, условия заключенного договора должны быть приведены в соответствие с вступившим в силу законодательством.

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).

В отдельных случаях возможно изменение цены после заключения договора (ст. 394 Гражданского кодекса Республики Беларусь).

Договор вступает в силу и становится обязательным для сторон с момента его заключения (ст. 395 Гражданского кодекса Республики Беларусь).

Законодательством или договором может быть предусмотрено, что окончание срока действия договора влечет прекращение обязательств сторон по договору. Договор, в котором отсутствует такое условие, признается действующим до определенного в нем момента окончания исполнения сторонами обязательства. Окончание срока действия договора не освобождает стороны от от-

ветственности за его нарушение (ст. 395 Гражданского кодекса Республики Беларусь).

Обязательства и их исполнение. Совокупность правовых норм и правовых институтов, регулирующих гражданские (в том числе коммерческие) правоотношения, возникающие из договоренности сторон, принимающих на себя определенные обязательства и приобретающие в связи с этим определенные права, составляют обязательственное право.

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.

Обязательства должны исполняться в соответствии с *условиями обязательства и требованиями законодательно-правовых актов*, а при отсутствии таких условий и требований в соответствии с *обычаями делового оборота* или иными обычно предъявляемыми требованиями.

Односторонний отказ от исполнения обязательства и одностороннее изменение его условий не допускаются, за исключением случаев, предусмотренных законодательством. Следует отметить, что односторонний отказ покупателя от предусмотренной договором продукции (товара), если поставщиком не было допущено существенное нарушение договора, является нарушением договорных обязательств. Поэтому покупатель должен возместить все убытки, понесенные поставщиком от таких неправомерных действий, в том числе и упущенную выгоду. Кроме того, если договором или законодательством за такое нарушение установлены санкции, они также будут подлежать уплате.

Кредитор вправе не принимать исполнения обязательства по частям, если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами, условиями обязательства и не вытекает из обычаев делового оборота или существа обязательства.

Если иное не предусмотрено соглашением сторон и не вытекает из обычаев делового оборота или существа обязательства, *должник вправе* при исполнении обязательства *потребовать доказательств* того, что исполнение прини-

мается самим кредитором или уполномоченным им на это лицом, *и несет риск последствий* непредъявления такого требования.

Исполнение обязательства может быть возложено должником на третье лицо, если из закона, иных правовых актов, условий обязательства или его существа не вытекает обязанность должника исполнить обязательство лично. В этом случае кредитор обязан принять исполнение, предложенное за должника третьим лицом.

Третье лицо, подвергающееся опасности утратить свое право на имущество должника (право аренды, залога или др.) вследствие обращения кредитором взыскания на это имущество, может *за свой счет удовлетворить требование кредитора* без согласия должника. В этом случае к третьему лицу переходят права кредитора по обязательству.

Досрочное исполнение обязательств, связанных с осуществлением его сторонами предпринимательской деятельности, допускается только в случаях, когда возможность исполнить обязательство до срока предусмотрена законом, иными правовыми актами или условиями обязательства либо вытекает из обычаев делового оборота или существа обязательства.

Место исполнения обязательств. Если место исполнения обязательств не определено законом, иными правовыми актами или договором, не явствуется из обычаев делового оборота или существа обязательства, исполнение должно быть произведено так:

1. Если обязательство – земельный участок, недвижимость, то место исполнения находится в месте нахождения имущества;
2. Обязательство – передача товара или иного имущества, предусматривающая его перевозку. Соответственно место исполнения – в месте сдачи имущества первому перевозчику для доставки его кредитору;
3. Другие обязательства предпринимателя по передаче товара или иного имущества – исполнение в месте изготовления или хранения имущества, если это место было известно кредитору в момент возникновения обязательств;

4. Денежное обязательство – место жительства (нахождения) кредитора в момент возникновения обязательства. Если кредитор изменил место жительства или нахождения и известил об этом должника, то исполнение производится по новому месту (расходы, связанные с переменой места исполнения, осуществляются за счет кредитора);

5. Иные обязательства – по месту жительства (нахождения) должника.

Очередность погашения требований. Сумма произведенного платежа, недостаточная для исполнения денежного обязательства полностью, при отсутствии иного соглашения погашает *прежде всего издержки кредитора по получению исполнения, затем – проценты, а в оставшейся части – основную сумму долга.*

Если в обязательстве участвуют несколько кредиторов или несколько должников, то *каждый из кредиторов имеет право требовать исполнения, а каждый из должников обязан исполнить обязательство* в равной доле с другими постольку, поскольку из закона, иных правовых актов или условий обязательства не вытекает иное.

Солидарные обязательства. Солидарная обязанность (ответственность) или солидарное требование возникает, если солидарность обязанности или требования предусмотрена договором или установлена законом, в частности, при неделимости предмета обязательства.

Обязанности нескольких должников по обязательству, связанному с предпринимательской деятельностью, равно как и требования нескольких кредиторов в таком обязательстве, являются солидарными, если законом, иными правовыми актами или условиями обязательства не предусмотрено иное.

При солидарной обязанности должников кредитор вправе требовать исполнения как *от всех должников совместно*, так и *от любого из них в отдельности*, притом как *полностью, так и в части долга.*

Кредитор, не получивший полного удовлетворения от одного из солидарных должников, имеет право требовать недополученное от остальных солидарных должников.

Солидарные должники остаются обязанными до тех пор, пока обязательство не исполнено полностью.

В случае солидарной обязанности должник не вправе выдвигать против требования кредитора возражения, основанные на таких отношениях других должников с кредитором, в которых данный должник не участвует.

Исполнение солидарной обязанности полностью одним из должников освобождает остальных должников от исполнения кредитуру.

Если иное не вытекает из отношений между солидарными должниками, то:

1) должник, исполнивший солидарную обязанность, имеет *право регрессного требования к остальным должникам* в равных долях за вычетом доли, падающей на него самого;

2) неуплаченное одним из солидарных должников должнику, исполнившему солидарную обязанность, падает *в равной доле на этого должника и на остальных должников.*

Данные правила применяются, соответственно, при прекращении солидарного обязательства зачетом встречного требования одного из должников.

Тема 6. Права, обязанности, этические принципы предпринимателя

Юридическое регулирование прав и обязанностей. Предприниматель может владеть имуществом, при помощи которого ведет свою деятельность, а может использовать имущество собственника. Вопросы права собственности, владения, отношений собственности регулирует законодательство.

Предприниматель – это самостоятельный товаропроизводитель. Он отвечает за конечный результат своей работы.

Собственник на основании устава предприятия определяет границы, в рамках которых может действовать предприятие. Предприятие может быть, а может и не быть, юридическим лицом. Вопрос о предприятии как о юридическом лице связан с вопросом о ответственности. Юридическое лицо отвечает по своим долгам только тем имуществом, которое за ним закреплено. Предприятие

– не юридическое лицо – отвечает имуществом не только предприятия, но и участников.

Предпринимательская деятельность может осуществляться либо в индивидуальной, либо коллективной форме.

Прежде всего начинающему предпринимателю необходимо знать, какая деятельность запрещена Законом. Далее необходимо знать перечень видов деятельности, для занятия которыми необходимо получить лицензию. Разрешение необходимо и в случае, если для деятельности требуется участок земли или природные ресурсы. Для занятий некоторыми видами деятельности нужен квалификационный аттестат. Например: врача, повара, артиста и т.п.

Права и ответственность предпринимателя закреплены в частности в Законе «О предпринимательстве в Республике Беларусь».

Случаи возникновения ответственности предпринимателя

Предпринимательская этика. Нормы поведения предпринимателей и организаций устанавливаются законами и нормативными актами, невыполнение которых грозит серьезными мерами наказания, вплоть до банкротства и лишения свободы. Поэтому очень важным условием развития цивилизованного предпринимательства является не только принятие законов, регулирующих предпринимательскую деятельность, но и формирование правовой культуры.

Предпринимательская этика – это совокупность норм поведения предпринимателя, требования, предъявляемые культурным обществом к его стилю работы, характеру общения между участниками бизнеса, их социальному облику. Предпринимательская этика – одна из сложных проблем формирования культуры цивилизованного предпринимательства в соответствии с идеями о долге, добре и зле, идеалах, моральных принципах и нормах поведения, включая общеобязательные правила поведения людей. Это учение о назначении человека, смысле его жизни.

Две основные точки зрения на соотношение общечеловеческих этических принципов и этики предпринимательства – следующие:

1. Правила обычной морали к предпринимательству не относятся или относятся в меньшей степени. Эта точка зрения соответствует концепции так называемого этического релятивизма, согласно которой для каждой референтной группы (группы людей, на мнение которых о своем поведении ориентируется данный субъект) характерны свои особые этические нормы;

2. Этика бизнеса основана на всеобщих универсальных этических нормах (быть честным, не причинять вреда, держать слово и т.п.), которые конкретизируются с учетом специфической социальной роли бизнеса в обществе.

Теоретически более правильной считается вторая точка зрения.

Предпринимательская этика включает в себя предпринимательский этикет, который формируется под влиянием традиций и определенных сложившихся исторических условий конкретной страны. Это этика ведения переговоров с партнерами, этика составления документации, использование этических методов конкуренции. *Предпринимательский (деловой) этикет* представляет собой совокупность правил поведения предпринимателя, регулирующих его внешние проявления с окружающим миром, другими предпринимателями, конкурентами, сотрудниками, со всеми индивидуумами, с которыми предприниматель контактирует не только при осуществлении своего бизнеса, но и в любой жизненной ситуации.

Необходимо сочетание законов рынка с планомерным государственным регулированием экономики.

Тема 7. Особенности развития предпринимательства в сфере культуры и искусства

Тенденции развития организаций культуры и искусства 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, произошедшие и происходящие в сфере культуры и искусства, тесно связаны с предпринимательской деятельностью.

Развитие рыночных отношений. Исторический опыт развития культуры и искусства многих стран в рыночных условиях позволяет отметить ограниченный характер действия рыночных регуляторов в этой сфере деятельности.

Первоначальные концепции универсальности рыночных регуляторов, превращавших творческих работников в наемных работников, служащих воспроизводству человеческого фактора производства (позднее – человеческого капитала), оказались не вполне применимыми к сфере культуры и искусства. Вследствие этого возникли теории, признававшие объективную необходимость существования сферы культуры и искусства как отрасли экономики, и в то же время – невозможность ее коммерческой эксплуатации. Это обусловило появление теории принудительного возмещения расходов на содержание культуры через систему налогообложения. Теория «социальных товаров», распространенная и в настоящее время, выдвигает идею дифференцированного отношения к культуре и искусству как объекту действия рыночных механизмов исходя из

социальной значимости отдельных видов услуг культуры и объема платежеспособного спроса населения. 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. Первую составляют 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. Вторую группу составляют 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. 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.

Отношения собственности и особенности приватизации в сфере культуры и искусства

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.

Негосударственные (частные или смешанные) организации культуры охватывают культурно-досуговые центры для молодежи, концертно-развлекательные организации, антрепризы, галереи, издательскую деятельность, средства массовой информации, производство изделий народного промысла, предприятия аудиовизуальной сферы, включая телевидение, радиовещание, кинопрокат, производство аудиовизуальной продукции, а также ее материальных носителей и технических средств воспроизведения. Подавляющая часть предприятий инфраструктуры рынка культурных ценностей, ремонта и обслуживания оборудования, а также консалтинговой, менеджерской, продюсерской, аудиторской деятельности находится в частной собственности. Процесс формирования отношений собственности в сфере культуры не завершен.

Общая оценка степени рыночных преобразований в сфере культуры и искусства может быть охарактеризована показателями соотношения объемов рыночных и нерыночных услуг, коммерческих предприятий и бюджетных органи-

заций, численностью занятых в них работников, а также долей платных услуг культуры в общем объеме платных услуг.

Тема 8. Сфера культуры и искусства как составляющая экономической деятельности

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

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.

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

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 и конкурентная среда в искусстве. Виды наступательных стратегий

Конкуренция – это соперничество между субъектами рынка за лучшие условия производства, купли и продажи товаров и услуг.

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

В процессе кругооборота капитал предприятия проходит 3 стадии: денежная, производительная, товарная формы.

Понятие доходов. На практике они условно подразделяются на три группы: доходы по текущей (основной) деятельности; доходы от инвестиционной деятельности; доходы 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.

Денежные поступления, не являющиеся доходами организации. 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.

Существуют и такие понятия, как:

- 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 9. Финансово-экономическая деятельность продюсера

Типы систем финансирования затрат в сфере культуры и искусства, сложившиеся в мировой практике

Первые два типа финансирования распространены в США и Великобритании (англо-саксонская модель), третий тип, получивший название смешанного или многоканального типа финансирования (германская модель), широко применяется в европейских странах, в том числе в Республике Беларусь.

Прямое и косвенное бюджетное финансирование в Республике Беларусь.

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.

Формирование собственных источников финансовых средств организаций культуры и искусств. Составляющие собственного капитала Заемные источники финансирования. *Формулы расчета простых и сложных процентов.* 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 определяемой ссуды (основной долг) определяется исходя из целевого назначения кредита. Например, сумма кредита на увеличение оборотных средств (пленка негативная и позитивная, пленка для фонограммы, 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.

Понятие цены капитала. Цена капитала складывается из издержек по обслуживанию задолженности перед собственниками, инвесторами, кредиторами. Она капитала не отражается в бухгалтерской (финансовой) отчетности. Этот показатель нужно определять. Он 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.

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

Оценка результатов деятельности организации. Для оценки эффективности работы предприятия необходимо сопоставить получаемые результаты с затратами или используемыми ресурсами. Для этого применяется относительный показатель, характеризующий степень прибыльности предприятия, – рентабельность. Для оценки эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия определяются различные показатели рентабельности, а также точки безубыточности.

Тема 10. Финансовое планирование и прогнозирование

Роль планирования в деятельности продюсера. Классификационные характеристики планов, в том числе финансовых

Содержание финансового плана в организациях, производящих аудиовизуальную продукцию, и для проектных организаций

Виды финансовых планов современных организаций. Текущее финансовое планирование в организациях может быть представлено годовыми финансовыми планами, планами движения денежных средств, валютными планами, различными платежными календарями. Долгосрочные финансовые планы в основном представлены в составе бизнес-планов.

Стратегическое финансовое планирование в организациях. Понятие и содержание стратегического планирования, система стратегических планов. Теории планирования.

Более подробно эта тема освещена в книге «Правовые и экономические основы продюсерской деятельности в сфере искусств» [Электронный ресурс] : курс лекций / авт.-сост. Л. Г. Колпина. – Минск : Институт современных знаний имени А. М. Широкова, 2016. – 136 с.

2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

2.1. Тематика семинарских занятий

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

Занятие 1. Вопросы:

1. Сравнительная характеристика законодательных и нормативных актов, определяющих создание, функционирование и прекращение деятельности организаций культуры и искусства.
2. Формы государственной поддержки сферы искусства.
3. Инструменты прямой и косвенной финансовой поддержки организаций сферы искусства.
4. Культура как отрасль народного хозяйства, ее структура, виды и типы учреждений и организаций.
5. Три модели государственного финансирования культуры.

Занятие 2. Тема «Предпринимательство в рыночной экономике»

Вопросы:

1. Отличительные черты приростного (свойственного бизнесу) и предпринимательского (характерного для предпринимательства) стиля, типа поведения.
2. Основные виды предпринимательства в сфере культуры и искусств.
3. Продюсерство как предпринимательская деятельность и как инструмент реализации услуг в сфере искусств.
4. Цели, задачи и инструменты государственного регулирования предпринимательства.

Занятие 3. Тема «Правовое регулирование продюсерства».

Вопросы:

1. Законодательное определение понятия «продюсер», его правомочий и ответственности.
2. Функции и обязанности продюсера.

3. Ограничения, которые следует учитывать в правовых отношениях продюсера с авторами.

4. Экономические и правовые отношения продюсера с иными субъектами предпринимательской деятельности.

2.2. Задачи и задания к практическим занятиям

Занятие 1. Тема «Организационно-правовые формы коммерческих и некоммерческих организаций, их краткая характеристика

Задание 1. Требуется:

1) подобрать законодательные и нормативные акты, регулирующие:

- а) конкретные виды предпринимательской деятельности;
- б) функционирование различных организационно-правовых форм;
- в) конкуренцию и конкурентоспособность;
- г) отношения между продавцами и покупателями;

2) со ссылками на статьи (артикулы) дать краткую характеристику имеющейся нормативно-правовой базы в сфере культуры и искусства.

Задание 2. Выберите правильные утверждения:

а) ассоциации и союзы, являясь некоммерческими структурами, могут осуществлять предпринимательскую деятельность;

б) участниками ассоциаций и союзов могут быть как коммерческие, так и некоммерческие организации;

в) при объединении в союзы некоммерческих организаций каждая из них теряет статус юридического лица и свою самостоятельность;

г) ассоциации и союзы относятся к разновидности общественных организаций.

Задание 3. Сформулируйте, в чем выражаются отличия: ОАО и ЗАО; ООО и ОДО; различия вещных прав некоммерческих организаций культуры и их учредителей; охарактеризуйте ответственность учредителей по обязательствам организации.

Занятие 2. Тема «Договорной режим производственно-коммерческой деятельности»

Современное общество называют информационным. Повседневная деятельность продюсера связана с необходимостью принимать ответственные решения. Поскольку любое управленческое решение принимается на основе информации, а содержится она в документах, важно правильно организовать работу с документами. Ведь от качества документной информации зависит качество принимаемых решений.

Задание 1. Исправить ошибки.

ПРИКАЗ № 37

директора ООО «Партнер»

25.05.2017 Минск

В целях совершенствования работы с документами и обеспечения их сохранности

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Утвердить Инструкцию по делопроизводству.
2. Ввести в действие Инструкцию по делопроизводству с 01.06.2017. Ответственный – секретарь руководителя Николаева Н. Д.
3. Всем сотрудникам ЗАО с 01.06.2017 руководствоваться правилами работы с документами, закрепленными в Инструкции по делопроизводству.
4. Секретарю руководителя Николаевой Е.Д. обеспечить тиражирование Инструкции по делопроизводству и ее передачу сотрудникам до 01.06. 2017.

Директор В. П. Макаров

Ошибки:

1. Приказ оформляется на общем бланке. Наименование вида документа пишется после наименования организации;
2. Должность лица-автора документа указывается в составе реквизита «подпись»;

3. Регистрационный номер документа на бланке приказа с продольным расположением реквизитов оформляется на одном уровне с датой от границы правого поля;

4. Место издания приказа на продольном бланке оформляется ниже реквизитов «дата» и «регистрационный номер документа» по центру листа; перед названием города ставится сокращение «г.»;

5. Отсутствует заголовок документа;

6. Слово «ПРИКАЗЫВАЮ» в начале распорядительной части печатается на отдельной строке от границы левого поля;

7. В последнем пункте приказа назначается ответственный за исполнение документа;

8. Приказы по основной деятельности необходимо согласовывать с заинтересованными лицами (в данном случае – с сотрудником, на которого возложена функция контроля за исполнением документа и с юристом организации);

9. Отсутствует отметка об исполнителе документа.

Требуется составить правильный вариант документа.

Задание 2. Используя действующий формат документа, составить авторский договор на передачу продюсеру неимущественных авторских прав сроком на три года.

Занятие 3. Тема «Особенности предпринимательства в сфере культуры»

Задание 1. Управленческие решения оперативного характера могут доводиться до исполнителей в устной форме. Все остальные решения, как правило, требуют письменного оформления. Ответьте, каким основным требованиям должны удовлетворять эти решения.

Задание 2. В менеджменте при обсуждении проблем власти и влияния используется понятие «баланс власти». В связи с чем обсуждается это понятие? К какому из предложенных ниже вариантов ответов оно относится?

1. Соотношение между объемом властных полномочий у руководителя и важностью задач, возложенных на подразделение;

2. Соотношение между разными типами власти, используемой руководителем;

3. Необходимость учета руководителем при реализации своих властных полномочий возможности проявления власти со стороны его подчиненных;

4. Необходимость соблюдения руководителем пределов своих полномочий.

Занятие 4. Тема «Сфера культуры как составная часть экономической деятельности»

Задача 1. Определить сумму валового сбора театра по следующим данным:

1. Количество мест в зале – 900;

2. В планируемом году прогнозируется поставить 200 вечерних спектаклей и 160 – утренних;

3. Средняя цена билета на вечерний спектакль – 20 руб.; на утренний спектакль – 12 руб.;

4. В отчетном году коэффициент наполняемости зала составил: на вечерних спектаклях 0,9; на утренних – 0,7.

Задача 2. Определить объем продаж билетов прокатной компании в будущем году в одном сегменте рынка при следующих условиях:

1. В текущем году емкость рынка в данном сегменте составила 1 000 000 зрителей. Предполагается, что в будущем году емкость рынка в этом сегменте увеличится на 5%;

2. Объем продаж билетов компанией в текущем году в данном сегменте ожидается в количестве 250 000 билетов. В следующем году прогнозируется рост доли прокатной компании на 5%.

Задача 3. Определить объем продаж билетов прокатной организации в будущем году и значение прироста прибыли от продажи билетов при следующих условиях:

1. Емкость рынка в текущем году – 4 000 000 зрителей. В будущем году изменений не предвидится;

2. Доля прокатной организации на рынке в текущем году – 3%, в будущем году она увеличится до 5%. Прибыль на один билет составляет в текущем году 3 руб.

Задача 4. Определить индекс цен за анализируемый период и сумму дополнительного вложения капитала в связи с инфляцией при следующих условиях:

1. Предприниматель рассчитывал приобрести 1 000 кг товара «А» по цене 15 руб. за 1 кг и 2 000 кг товара «Б» по цене 25 руб. за 1 кг;

2. Фактически в анализируемом периоде цены на оптовом рынке составили: по товару «А» – 20 руб.; по товару «Б» – 35 руб. за 1 кг.

Задача 5. Необходимо оценить годовую емкость рынка просмотра кинофильмов в регионе, численность которого составляет 2 млн жителей. Жителей в возрасте от 14 до 55 лет – 67%. Из них 20% посещают кинотеатры не реже трех раз в месяц, 60% – ежемесячно, оставшиеся 20% – 6 раз в год. Средняя цена билета – 11 руб.

Задача 6. Определить вид конкуренции исходя из расчета индекса Герфинделя – Гиршмана.

Таблица 1

Характеристика конкурентов на сегменте

Производитель	Объем продаж	
	Тыс. штук	%
Предприятие	40 000	27,58
Конкурент 1	22 000	15,17
Конкурент 2	16 000	11,03
Конкурент 3	48 000	33,12
Конкурент 4	8 000	5,52
Конкурент 5	11 000	7,58
Итого	145 000	100

Интерпретация количественных значений индекса ННІ (Герфинделя – Гиршмана) выполняется по следующей схеме:

– конкуренция отсутствует ввиду отсутствия продавцов на данном рынке;

0 – 0,2 чистая конкуренция (множество мелких продавцов на данном рынке);

0,2 – 0,4 монополистическая конкуренция (множество продавцов, работающих в широком диапазоне цен);

0,4 – 1,0 олигополистическая конкуренция (небольшое количество продавцов, чутко реагирующих на изменение цен);

1,0 – чистая монополия (отсутствие товарной конкуренции ввиду наличия только одного продавца).

Индекс рыночной концентрации Герфинделя – Гиршмана:

$$HHI = \sum_{i=1}^n D_i^2$$

Задача 7. В таблице 2 представлены объемы товарного предложения некоторой продукции на рынке Гомельской области.

Таблица 2

Объемы товарного предложения

Производители	Объем товарного предложения, усл. ед.
1-я организация	3 944
2-я организация	15 502
3-я организация	2 233
4-я организация	906
5-я организация	3 766
Оптовые продавцы иностранных производителей	3 062,1
Оптовые продавцы отечественных производителей из других регионов	6 856

Определите доли организаций и проведите оценку состояния конкурентной среды.

Занятие 5.

Задача 1. Предприятие шьет рубашки и брюки. В прогнозируемом периоде может быть отработано 20 000 человеко-часов. При этом за один человеко-час можно сшить либо одну рубашку, либо три пары брюк. Приведите обоснование.

вание, какой из товаров выгоднее производить предприятию. Емкость рынка – достаточная.

Таблица 3

Показатель	Рубашки	Брюки
Цена реализации, руб.	15	20
Переменные издержки на единицу продукции, руб.	6	16
Валовая маржа на единицу продукции, руб.	9	4
Коэффициент валовой маржи на единицу продукции, долей единицы	0,6	0,2

Задача 2. Предприятие производит светильники. Постоянные расходы составляют 48 тыс. руб., переменные расходы – 20 руб. на единицу. Отпускная цена одного светильника – 100 руб.

При каком объеме реализации деятельность предприятия будет рентабельной?

Задача 3. Фирме требуется 2 000 единиц комплектующих изделий. Она может купить их на стороне по цене 15 руб. за штуку, либо производить самостоятельно. В последнем случае ее постоянные затраты составят 12 000 руб., переменные – 3 руб. за штуку.

Определите, что выгоднее с точки зрения затрат: покупать комплектующие на стороне или производить самостоятельно?

Задача 4. Компания производит тротуарную плитку. Постоянные расходы компании составляют 2 500 000 руб. в год, переменные расходы – 55 тыс. руб. на одну тонну плитки. Ежегодно компания реализует 500 т плитки. Определить себестоимость одной тонны плитки.

Задача 5. Предприятие производит и реализует безалкогольный напиток «Байкал». Переменные затраты на единицу составляют 1 руб. за одну бутылку. Напиток продается по цене 1,5 руб. за одну бутылку (без НДС). Постоянные затраты составляют 1500 руб. на весь выпуск. Объем выпуска – 5 000 штук бутылок.

Требуется определить, какое количество напитка нужно продать, чтобы обеспечить получение прибыли в размере 2 000 руб.

Занятие 6.

Задача 1. Рассчитать сумму валовой прибыли и прибыли от реализации товаров при следующих условиях:

Выручка от реализации в отпускных ценах, тыс. руб. – 800;

Переменные затраты, всего, тыс. руб. – 300;

Постоянные затраты, всего, тыс. руб. – 180;

Ставка НДС – 20%.

Задача 2. Определить значение прибыли или убытка при объеме реализации продукции: а) 500 единиц; б) 700 единиц.

Точка безубыточности равна 600 единицам.

Цена единицы продукции (без НДС) равна 200 руб.

Переменные затраты на 1 единицу продукции равны 150 руб.

Задача 3. Фирма обслуживает туристов на фестивале и продает сувениры, которые покупает у оптовика по цене 3 руб. за штуку, а продает по 10 руб. за штуку. Постоянные издержки составляют 1400 руб. в месяц.

Определить:

а) какое количество сувениров необходимо продать, чтобы вернуть деньги, вложенные в дело;

б) объем продаж в натуральном и стоимостном выражении, необходимый для получения прибыли в размере 2100 руб. в месяц.

Задача 4. Требуется определить:

а) при какой ежедневной заселяемости гостиница на 100 мест может функционировать безубыточно;

б) общую сумму денежных поступлений на расчетный счет гостиницы за сутки.

Данные для расчета:

Тариф (цена) – 700 у.е. за сутки;

Постоянные издержки в расчете на сутки составляют – 30 000 у.е.;

Переменные издержки в расчете на сутки – 16 000 у.е.;

Планируемая норма прибыли – 10%.

Задача 5. Маркетинговые исследования показали, что цены на билеты кинотеатра по-разному воспринимаются целевой аудиторией. Определите, какая цена максимизирует валовую прибыль на единицу (билет), суммарную валовую прибыль и выручку кинотеатра от реализации билетов.

Таблица 4

Предполагаемые цены билетов, руб.	8	9	10	11	12
Предполагаемые продажи билетов в сутки, ед.	1 800	1 600	1 500	1 250	1 000
Переменные затраты на единицу (билет), руб.	3	3	3	3	3
Выручка, руб.					
Валовая прибыль (маржинальный доход) на единицу, руб.					
Сумма покрытия (суммарная валовая прибыль), руб.					

Задача 6. Ответьте, когда реализован рекламный ролик:

а) если применяется кассовый метод учета выручки от реализации;

б) если применяется метод признания дохода по отгрузке (метод начислений).

Продюсерский центр передал рекламный ролик заказчику в марте 2017 г. за 50 000 руб. Соответствующая дата указана в акте приема-передачи. Средства от покупателя поступили на расчетный счет продюсерского центра в апреле 2017 г.

Сравнение разницы между выручкой от данного вида продукции и переменными (прямыми) затратами на эту продукцию позволяет наиболее корректно определить предпочтительное направление вида деятельности, оценить экономические параметры проекта. Информация о размере выручки по каждому направлению, сумме затрат и их структуре собирается, обобщается в бухгалтерском учете, и одна из функций руководителя – принимать решение на основании этой информации.

Задача 7. Продюсерский центр занимается несколькими видами деятельности (рекламными роликами, фильмами, мультимедийной продукцией).

На основании нижеприведенных данных определить наиболее эффективное направление развития продюсерского центра.

Таблица 5

Показатель	Направление А	Направление В
Выручка от реализации, тыс. руб.	10 000	15 000
Переменные затраты, тыс. руб.	3 000	5 500

Занятие 7. Тема «Финансово-экономическая деятельность продюсера»

Задача 1. Определить порог рентабельности и запас финансовой прочности для группы однородных изделий:

Цена одного изделия, руб. – 800;

Выручка от реализации изделий по плану на год, руб. – 360 000;

Переменные затраты на одно изделие, руб. – 500;

Условно-постоянные затраты на выпуск изделий в расчете на год, руб. – 120 000.

Задача 2. Имеются следующие данные о производстве продукции:

Условно-постоянные расходы, руб. – 50 000;

Переменные расходы на единицу продукции, руб. – 55;

Цена единицы продукции, руб. – 65.

Требуется: а) определить критический объем производства (точку безубыточности); б) рассчитать объем продаж, обеспечивающий валовой (маржинальный) доход в размере 60 000 руб.

Задача 3. При планировании работы кинотеатра суммарные постоянные издержки за год составляют 225 000 руб., переменные издержки – 17 500 руб. на каждые 25 000 руб. продаж. Требуется найти точку безубыточности работы кинотеатра, то есть определить, на какую сумму необходимо продать билетов, чтобы кинотеатр начал приносить прибыль.

Изменяя параметры этой модели, то есть принимая различные решения (варианты действий) относительно цены билета или величины постоянных или переменных расходов, а также объемов реализации, руководитель может выбрать наиболее подходящую для себя стратегию экономического поведения. Сформулируйте свой вариант условия, приведите решение.

Задача 4. Рекламное агентство выпускает в качестве одного из видов продукции рекламные листовки. При их изготовлении собственными силами постоянные затраты составляют 10 000 руб. в год, а переменные расходы на единицу продукции – 1 руб. Готовые листовки можно в неограниченном количестве заказать на стороне по цене 2 руб. за единицу. Требуется выбрать наиболее выгодный вариант.

Задача 5. Объем закупок книг, художественных альбомов и памятных сувениров в коммерческом киоске при музее – 2 млн руб. в год. Объем продаж за тот же период – 2,5 млн руб. Ежегодные затраты на аренду помещения и оплату труда продавцов составляют 0,4 млн руб. Каков минимальный годовой объем продаж, при котором коммерческий киоск не несет убытков?

Занятие 8.

Задача 1. Определить цену производства единицы товара для предприятия-изготовителя.

а) Затраты на единицу товара:

Материальные затраты, руб. – 50 000;

Оплата труда, руб. – 15 000;

Отчисления на социальные нужды, руб. – 5 000;

Амортизационные отчисления, руб. – 4 000;

Прочие затраты, руб. – 8 000.

б) Прибыль (процент рентабельности) – 25%.

Задача 2. Определить отпускную цену единицы товара по следующим данным:

1. Ожидаемый годовой объем продаж – 250 изделий;

2. Рентабельность (прибыль от реализации к себестоимости) – 25%;

- 3. Средние переменные издержки на одно изделие, руб. – 400;
- 4. Постоянные затраты на весь выпуск, руб. – 50 000;
- 5. Ставка НДС – 20%.

Задача 3. Требуется рассчитать цену товара при его плановом годовом объеме реализации, равном 500 штук, и кредите в размере 40 000 руб., взятом в банке по ставке 20% на один год. Постоянные затраты в плановом периоде равны 50 000 руб., переменные затраты на единицу продукции равны 200 руб. Плановая прибыль в цене товара – 15% к затратам.

Задача 4. При производстве цифровых фотоаппаратов переменные издержки составляют 700 руб. на каждую единицу изделия. Постоянные издержки составляют 285 600 руб. на весь объем производства. Планируемый объем производства равен 20 000 штук. Требуется рассчитать, какой должна быть цена, если прибыль будет составлять 40% себестоимости.

Задача 5. DYD поступает в розничную торговлю от оптовика. Себестоимость одного DYD составляет 50 руб. Прибыль предприятия-изготовителя составляет 25% себестоимости. Надбавка оптовика составляет 20% к отпускной цене производителя. Торговая надбавка розничного продавца составляет 33% к цене закупки. Требуется определить розничную цену одного DYD и удельный вес каждого элемента в розничной цене (себестоимости, прибыли, торговой надбавки).

Занятие 9.

Задача 1. Определить цену заемного капитала по следующим данным.

В течение года предприятие использовало в обороте долгосрочный банковский кредит, полученный в предыдущем периоде в сумме 1 млн руб. под 10% годовых. Предприятие также привлекало в оборот краткосрочный кредит в сумме 700 тыс. руб. под 18 % годовых сроком на 3 месяца.

Задача 2. Рассчитать средневзвешенную цену капитала (WACC) предприятия при следующей структуре источников:

Таблица 6

Источники средств	Цена, %	Доля в общей сумме источников
Акционерный капитал	12,0	55%
Долгосрочные долговые обязательства	20,0	25%
Краткосрочные долговые обязательства	15%	20,0

Задача 3. Определить, каков должен быть первоначальный вклад, чтобы через два года иметь на счете 10 млн руб. Годовая ставка дохода 15%. Расчет выполнить по простым и сложным ставкам процентов.

Задача 4. Первоначальная сумма вложения средств – 4 000 у.е. Определить наращенную сумму через 5 лет при использовании простой и сложной ставок процентов в размере 12% годовых.

Задача 5. Определить, какая из облигаций обеспечит инвестору большую доходность:

1) номинал – 1 000, срок обращения – 1 год, реализуется по номиналу, погашается с купоном в 20%;

2) номинал – 1000, срок обращения – 1 год, реализуется с дисконтом 20% от номинала, погашается по номиналу.

Задача 6. Прибыль акционерного общества в размере 100 000 руб. направляется на выплату дивидендов. Уставный капитал сформирован в размере 500 000 руб., в том числе привилегированные акции с фиксированным доходом 38% годовых – 125 000 руб.

Определить доходность простых акций.

Занятие 10.

Задача 1. Директору рекламного агентства необходимо решить, стоит ли заниматься торгово-посреднической деятельностью в рамках своей основной деятельности. Исходные данные:

1. Цена закупки – 120 тыс. руб.;
2. Издержки обращения – 65 тыс. руб.;
3. Возможная цена реализации – 200 тыс. руб.;

4. Приемлемая рентабельность – 22%.

Задача 2. В июне предприятие «Калинка» изготовило 5 000 костюмов по цене 18 руб. за каждый (без НДС). Общие постоянные расходы предприятия составили 12 000 руб. Удельные переменные расходы – 12 руб. на одно изделие. В июле по сравнению с июнем было запланировано увеличение прибыли на 10%.

Каков должен быть дополнительный объем реализованной продукции, чтобы прибыль возросла на 10%?

Задача 3. Используя приведенные ниже данные, составьте баланс организации на планируемый год.

Оборачиваемость всех активов	– 2 раза в год;
Средний срок дебиторской задолженности (принято 360 дней в году)	– 18 дней;
Оборачиваемость основных средств	– 5 раз в год;
Оборачиваемость запасов (на основе себестоимости реализованной продукции)	– 15 раз в год;
Коэффициент текущей ликвидности	– 2;
Объем реализации (все с отсрочкой платежей)	– 4 000 000 у.е.;
Себестоимость реализованной продукции	– 75% от объема продаж;
Отношение обязательств к общей сумме активов	– 50%.

Баланс составьте по следующему упрощенному формату:

Таблица 7

Активы Сумма	Капитал и пассивы Сумма
Денежные средства	Счета к оплате
Счета к получению	Долгосрочный заем
Товарно-материальные запасы	Собственный капитал
Основные средства	
Всего	Всего

Задача 4. Компания «Восход» планирует достичь годового объема реализации в размере 3,2 млн долл. Реализация продукции в течение года осуществляется равномерно. Составьте прогнозную отчетность (баланс и отчет о прибылях и убытках) на конец года, если имеется следующая информация:

- денежные средства: в размере двухнедельной потребности в расходах на сырье и материалы;
- дебиторская задолженность: оборачиваемость составляет 60 дней;
- производственные запасы: оборачиваемость составляет 8 оборотов в год;
- основные средства: остаточная стоимость 500 тыс. долл. амортизационных отчислений достаточно для поддержания их на этом уровне;
- кредиторская задолженность по товарным операциям: в размере месячной закупки;
- прочая кредиторская задолженность: 3% объема реализации;
- банковские ссуды: на момент расчета 50 тыс. долл., верхний лимит составляет 250 тыс. долл.;
- прочие долгосрочные заемные средства: на момент расчета 300 тыс. долл., из них 75 тыс. долл. будут погашены к концу года;
- акционерный капитал: на момент расчета он равен 100 тыс. долл., изменения не предвидятся;
- реинvestированная прибыль: на момент расчета – 500 тыс. долл.;
- прибыль к распределению: 8% объема реализации;
- дивиденды: не выплачиваются;
- себестоимость реализованной продукции: 60% объема реализации;
- расходы на сырье и материалы: в размере 50% себестоимости реализованной продукции.

3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

Примерные экзаменационные вопросы

1. Законодательные акты, определяющие порядок создания, функционирования и прекращения деятельности организаций культуры и искусства.
2. Нормативно-правовые акты, отражающие особенности деятельности различных типов и видов организаций культуры и искусства.
3. Регулирование организации досуга населения.
4. Нормативно-правовые акты, отражающие государственную поддержку сферы искусств.
5. Содержание понятий: бизнес, предпринимательство, предпринимательский стиль деятельности.
6. Субъекты предпринимательской деятельности в сфере культуры и искусства.
7. Краткая характеристика видов предпринимательства.
8. Продюсерство как предпринимательская деятельность и как важный инструмент реализации услуг в сфере искусства.
9. Государственное регулирование предпринимательства в Республике Беларусь.
10. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства.
11. Правовое положение продюсера.
12. Основные обязанности и функции продюсера.
13. Особенности правового режима деятельности продюсера.
14. Правовые отношения продюсера с авторами фильмов и других произведений искусства.
15. Продюсер и иные субъекты предпринимательской деятельности в аудиовизуальной сфере.
16. Общества с ограниченной ответственностью и общества с дополнительной ответственностью, их учредительные документы, сильные и слабые стороны.
17. Унитарные предприятия, основы их функционирования.

18. Акционерные общества, особенности их создания и функционирования.
19. Сделки и представительство в коммерческих правоотношениях.
20. Виды сделок, их действительность.
21. Формы совершения сделок.
22. Договор как основа коммерческих обязательств.
23. Обязательства и их исполнение.
24. Ответственность за нарушение обязательств. Порядок прекращения обязательств.
25. Юридическое регулирование прав и обязанностей предпринимателей.
26. Предпринимательская этика.
27. Тенденции развития организаций культуры и искусства в Республике Беларусь.
28. Формирование и развитие рыночных отношений в сфере культуры и искусства.
29. Отношения собственности и особенности приватизации в сфере культуры и искусства.
30. Содержание понятий: валовой внутренний продукт, национальный доход, финансовая система государства.
31. Содержание понятий: государственный бюджет и бюджетная система; рынки.
32. Маркетинг и виды рынков в сфере культуры и искусств.
33. Конкурентная среда и конкурентные стратегии в сфере искусства.
34. Модели предпринимательского поведения.
35. Краткая характеристика экономических терминов (показателей), используемых в практике организаций культуры и искусства: капитал, цена капитала, активы, инвестиции.
36. Краткая характеристика экономических терминов (показателей), используемых в практике организаций культуры и искусства: доходы, расходы, прибыль.

37. Формирование доходов и прибыли в организациях искусств. Алгоритм расчета показателей прибыли.
38. Расходы организаций в сфере искусств.
39. Источники финансирования продюсерской деятельности.
40. Формирование собственных источников финансовых ресурсов.
41. Управление заемным капиталом.
42. Цена капитала: методика расчета по отдельным составляющим и в целом по организации.
43. Ценообразование в продюсерской деятельности.
44. Управление долгосрочными активами организации.
45. Управление краткосрочными активами (оборотными средствами).
46. Управление дебиторской задолженностью.
47. Оценка результатов деятельности организации.
48. Необходимость и значение планирования в продюсерской деятельности.
49. Современная система финансовых планов.
50. Стратегическое планирование в организациях.

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

_____ 01.07.2016 _____

Регистрационный № УД-02-196/уч.

ПРАВОВЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОДЮСЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ИСКУССТВ

**Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности**

1-20 81 02 «Продюсерство в сфере искусств»

2016 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта ОСВО 1-20 81 02-2015 и учебного плана по специальности 1-20 81 02 «Продюсерство в сфере искусств».

СОСТАВИТЕЛЬ

Колпина Л. Г., заведующий кафедрой менеджмента и финансов Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А. М. Широкова», кандидат экономических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Сплошнов С. В., проректор ГИПК «ГАЗ-ИНСТИТУТ», кандидат экономических наук, доцент;

Пуйман С. А., доцент кафедры культурологии Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А. М. Широкова», кандидат педагогических наук.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой менеджмента и финансов Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А. М. Широкова»

(протокол № 11 от 25.06.2016);

Научно-методическим советом Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А. М. Широкова»

(протокол № 4 от 30.06.2016).

4.2. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Изучение дисциплины «Правовые и экономические основы продюсерской деятельности в сфере искусства» предусмотрено в стандарте и учебном плане Института современных знаний имени А. М. Широкова. Программа дисциплины «Правовые и экономические основы продюсерской деятельности в сфере искусства» нацелена на получение знаний и навыков, необходимых для успешного управления организациями культуры и искусства в условиях рыночной экономики.

Разработка и принятие управленческого решения, то есть 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.

Целью деятельности продюсера, с одной стороны, является создание высокохудожественного произведения, с другой – получение достойной прибыли на вложенный капитал от реализации этого проекта.

В настоящее время в подготовке продюсеров и организаторов производства 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 продюсеру или менеджеру и принимать по ним решения, связаны с экономикой. Важно, чтобы продюсер 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 продюсера коммерческий успех дела. Не менее важно для продюсера знать правовые основы своей деятельности, свои права и обязанности в отношениях с авторами произведений, другими органи-

зациями, 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 в сфере искусств» – 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;
- освоение современной терминологии предпринимательства, продюсерства в сфере искусств, сути макроэкономических терминов;
- изучение правового положения продюсера в контексте прав на аудиовизуальное произведение. Авторские и хозяйственные договора в системе договорных отношений;
- ознакомление с правами, обязанностями и этическими принципами предпринимателя, особенностями развития предпринимательства в сфере культуры и искусства;
- усвоение сути экономических показателей используемых в практике коммерческих организаций – капитала, цены, активов, доходов, прибыли, инвестиций, расходов;
- формирование навыков расчета (определения) экономических и финансовых показателей путем решения учебных задач и оценки хозяйственных ситуаций.

Место учебной дисциплины в системе подготовки магистров по специальности 1-20 81 02 «Продюсерство в сфере искусств», связи с другими учебными дисциплинами

Место учебной дисциплины в цикле специальных учебных дисциплин определяется предметом ее изучения. Учебная дисциплина «Правовые и экономические основы продюсерской деятельности в сфере искусства» входит в государственный компонент учебного плана. Она основывается на учебных дисциплинах «Менеджмент и маркетинг в сфере искусства» и служит базой для восприятия и изучения учебной дисциплины «Методологические основы научно-исследовательской и проектной деятельности».

Требования к освоению учебной дисциплины в соответствии с образовательным стандартом

В результате изучения дисциплины магистрант обязан

знать:

- систему правового обеспечения сферы культуры и искусств;
- особенности правового регулирования разных направлений сферы культуры и искусств;
- основы 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,
- анализировать итоги своей производственно-хозяйственной деятельности;
- разрабатывать эффективные программы развития бизнеса в сфере культуры и искусств;

- разрабатывать финансовые планы;
- разрабатывать экономическое обоснование культурных проектов;

владеть:

- методами планирования основных экономических и финансовых показателей;
- системами ценообразования на аудиовизуальное произведение;
- методами оценки заемных источников средств, активов, результатов деятельности.

Коды формируемых компетенций: ПК 4-7; 12-13; СЛК 1, 4; АК 1-3.

Требования к профессиональным компетенциям магистра

Магистр должен:

ПК-4. Генерировать и инициировать идеи произведений искусства, аудиовизуальных произведений, культурных проектов;

ПК-5. Использовать нормативно- правовую базу сферы культуры;

ПК-6. Проводить маркетинговые исследования, применять рекламную стратегию в процессе реализации культурных проектов;

ПК-7. Организовывать финансово-экономическое обеспечение проектов в сфере культуры;

ПК-12. Создавать новый сегмент рынка конкурентоспособных услуг в сфере культуры, используя инновации;

ПК-13. Осуществлять экономические операции, связанные с подготовкой и реализацией проектов в сфере культуры.

Требования к социально-личностным компетенциям магистра

Магистр должен:

СЛК-1. Обладать качествами гражданственности;

СЛК-4. Быть способным к критике и самокритике (критическое мышление).

Требования к академическим компетенциям магистра

Магистр должен:

АК-1. Владеть и применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;

АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом;

АК-3. Владеть исследовательскими навыками.

Форма получения высшего образования – дневная (очная) и заочная.

Распределение аудиторного времени по видам занятий, курсам и семестрам:

– дневная форма, 1 семестр, общее количество – 180 академических часов, из них 64 аудиторных часа (38 часов лекций, 6 часов семинарских занятий, 20 часов практических занятий);

– заочная форма, 1 семестр, общее количество – 180 академических часов, из них 16 аудиторных часов (10 часов лекций, 2 часа семинарских занятий, 4 часа практических занятий);

Форма текущей аттестации – экзамен.

4.3. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

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

Культура как отрасль народного хозяйства, ее структура, виды и типы учреждений и организаций. 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, Законы Республики Беларусь «О культуре», «О предпринимательстве», Положение о Министерстве культуры в Республике Беларусь. Долгосрочные государственные программы развития культуры, Стратегия устойчивого социально-экономического роста.

Нормативно-правовые акты, отражающие особенности деятельности различных типов и видов организаций культуры и искусства: Законы Республики Беларусь «О музеях и музейном фонде Республики Беларусь», «О библиотечном деле в Республике Беларусь», «О кинематографии в Республике Беларусь».

Организации досуга в Республике Беларусь. Порядок организации и проведения культурно-зрелищных мероприятий.

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

Тема 2. Предпринимательство в рыночной экономике

Содержание понятий «бизнес», «предпринимательство», «предпринимательский стиль деятельности». Отличительные черты приростного (свойственного бизнесу) и предпринимательского –характерного для предпринимательства – стиля, типа поведения.

Субъекты предпринимательской деятельности в Республике Беларусь и, в том числе, в сфере культуры и искусств. Понятия «Работник культуры» «Организация культуры», «Творческая деятельность», «Коллектив художественного творчества».

Виды предпринимательства и их взаимосвязь. Роль производственного предпринимательства. Основные виды предпринимательства в сфере культуры и искусств.

Содержание продюсерства в сфере искусств. Продюсерство как предпринимательская деятельность. Краткая характеристика предпринимательской деятельности на всех стадиях создания и использования аудиовизуальных произведений. Продюсерство как инструмент реализации услуг в сфере искусств. Различные виды продюсеров.

Цели и задачи государственного регулирования предпринимательства. Функции и инструменты регулирования.

Тема 3. Правовое регулирование продюсерства

Правовое положение продюсера. Законы Республики Беларусь «О кинематографии в Республике Беларусь» и «Об авторском праве и смежных правах». Определение термина «продюсер», его правомочий, ответственности – критический взгляд в литературных источниках.

Обязанности и функции продюсера, отраженные в квалификационном справочнике «Должности служащих, занятых в культуре и искусстве». Проблемные вопросы формирования правового статуса продюсера.

Продюсерство в контексте прав на аудиовизуальное произведение. Основы авторского права и смежных прав. Авторские договоры. Ограничения, которые следует учитывать в правовых отношениях продюсера с авторами. Продюсер и иные субъекты предпринимательской деятельности в аудиовизуальной сфере, их экономические и правовые отношения.

Тема 4. Организационно-правовые формы коммерческих и некоммерческих организаций, их краткая характеристика

Общества с ограниченной ответственностью и общества с дополнительной ответственностью; их краткая характеристика. Учредительные документы ООО и ОДО. Общие положения в формировании финансовых ресурсов и распределении прибыли. Ответственность участников обществ по долгам общества. Понятие солидарной и субсидиарной ответственности в ОДО. Выход участников из ООО и ОДО. Понятие и виды унитарных предприятий (государственные и частные, республиканские и коммунальные). Общие правила и различия в функционировании предприятий, основанные на праве хозяйственного ведения и оперативного управления (казенных предприятий).

Особенности создания и функционирования акционерных обществ. Краткая характеристика ЗАО и ОАО. Минимальные размеры уставного капитала. Распределение прибыли. Ответственность участников-акционеров. 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.

Тема 5. Договорной режим производственно-коммерческой деятельности

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

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.

Тема 6. Права, обязанности, этические принципы предпринимателя

Законодательное регулирование правовых отношений в предпринимательстве. Индивидуальная либо коллективная форма предпринимательской деятельности. Права предпринимателя, его обязанности и меры ответственности.

Формирование правовой культуры как важное условие развития цивилизованного предпринимательства. Предпринимательская этика как совокупность норм поведения предпринимателя и требований, предъявляемых культурным обществом к его стилю работы и характеру общения с участниками бизнеса.

Взаимосвязь общечеловеческих этических принципов и этики предпринимательства. Содержание понятий предпринимательский этикет и цивилизованная деловая этика. Моральные категории цивилизованного рынка.

Тема 7. Особенности развития предпринимательства в сфере культуры

Изменения в развитии сферы культуры и искусства, обусловленные развитием рыночных отношений в народном хозяйстве и общемировыми процессами глобализации. Основные тенденции развития организаций культуры и искусства: коммерциализация; стандартизация услуг; технизация досуга; многофункциональные формы организации культурно-досуговых услуг; широкое использование инновационных интерактивных проектов и программ для привлечения посетителей; внедрение маркетинговых и рекламных технологий в деятельность организаций культуры и искусства и др.

Факторы, сдерживающие развитие предпринимательства в сфере культуры и искусства. Теории, объясняющие возможности рыночных отношений в сфере культуры и искусства (в частности необходимость государственного субсидирования, изложенная в работах Д. М. Кейнса).

Три группы учреждений культуры и искусства по степени их включения в рыночную экономику. Формы собственности в сфере культуры и искусства, факторы, оказывающие влияние на создание и развитие организаций частной формы собственности.

Тема 8. 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. Виды наступательных стратегий.

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 9. Финансово- экономическая деятельность продюсера

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

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.

Тема 10. Финансовое планирование и прогнозирование

Роль планирования в деятельности продюсера. Классификационные характеристики планов, в том числе финансовых.

Содержание финансового плана в организациях, производящих аудиовизуальную продукцию и для проектных организаций.

Виды финансовых планов современных организаций.

Понятие и содержание стратегического планирования, система стратегических планов. Теории планирования.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ – ДНЕВНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия, перечень изучаемых вопросов	Количество аудиторных часов			обеспечение занятий (наглядные, методические пособия и др.)	Литература	Форма контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские			
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Раздел 1. Правовые основы продюсерской деятельности Тема 1. Основные законодательные и нормативные акты, регулирующие правовые аспекты развития культуры и искусства	4		2		3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11.	Обсуждение на семинарском занятии, экзамен

1	2	3	4	5	6	7	8
2	Тема 2. Предпринимательство в рыночной экономике	4		2		4, 6, 16, 18	Обсуждение на семинарском занятии, экзамен
3	Тема 3. Правовое регулирование продюсерства	4		2		1, 2, 12, 13.	Обсуждение проблемных аспектов темы, экзамен
4	Тема 4. Организационно- правовые формы коммерческих и некоммерческих организаций, их краткая характеристика	4	2			4, 13, 14	Сравнительная оценка условий функционирования различных типов организаций на занятии, экзамен
5	Тема 5. Договорный режим производственно-коммерческой деятельности	4	2			4, 16, 18, 25	Обсуждение на практическом занятии, экзамен

1	2	3	4	5	6	7	8
6	Тема 6. Права, обязанности, этические принципы предпринимателя	2				13, 19	экзамен
7	Тема 7. Особенности развития предпринимательства в сфере культуры, приватизации в сфере культуры и искусств	2	2			13, 19	Сравнительная оценка на практическом занятии
8	Раздел 2. Экономические основы продюсерской деятельности в сфере искусств Тема 8. Сфера культуры и искусства как составная часть экономической деятельности	6	6			14, 16, 20, 21, 22	Обсуждение на практическом занятии, решение задач, оценка хозяйственных ситуаций. Экзамен
9	Тема 9. Финансово-экономическая деятельность продюсера	6	6			14, 20,	Обсуждение на практическом

1	2	3	4	5	6	7	8
10	Виды финансовых планов, их краткая характеристика. Современная система финансовых планов	2	2			21, 22, 24, 26 14, 20	занятия, решение задач, ситуаций. Экзамен. Решение задач. Экзамен.
	Итого за семестр	38	20	6			
	Всего аудиторных часов						

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ – ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия, перечень изучаемых вопросов	Количество аудиторных часов			Материальное обеспечение занятий (наглядные, методические пособия и др.)	Литература	Форма контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские			
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Раздел 1. Правовые основы продюсерской деятельности Тема 1. Основные законодательные и нормативные акты, регулирующие правовые аспекты развития культуры и искусства	2				3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11.	Обсуждение на семинарском занятии, экзамен
2	Тема 2. Предпринимательство в рыночной экономике	1				4, 6, 16,	Обсуждение на

1	2	3	4	5	6	7	8
						18	семинарском занятии, экзамен
3	Тема 3. Правовое регулирование продюсерства	1				1, 2, 12, 13.	Обсуждение проблемных аспектов темы, экзамен
4	Тема 4. Организационно-правовые формы коммерческих и некоммерческих организаций, их краткая характеристика		2			4, 13, 14	Сравнительная оценка условий функционирования различных типов

1	2	3	4	5	6	7	8
							организаций на занятии, экзамен
5	Тема 5. Договорный режим производственно- коммерческой деятельности	1				4, 16, 18, 25	Обсуждение на практическом занятии, экзамен
6	Тема 6. Права, обязанности, этические принципы предпринимателя; 6.1. Юридическое регулирование прав и обязанностей; 6.2. Предпринимательская этика.	1				13, 19	экзамен
7	Тема 7. Особенности развития предпринимательства в сфере культуры			2		13, 19	Сравнительная оценка на практическом

1	2	3	4	5	6	7	8
							занятия
8	Раздел 2. Экономические основы продюсерской деятельности в сфере искусств Тема 8. Сфера культуры и искусства как составная часть экономической деятельности	1	1			14, 16, 20, 21, 22	Обсуждение на практическом занятии, решение задач, оценка хозяйственных ситуаций. Экзамен

1	2	3	4	5	6	7	8
9	Тема 9. Финансово-экономическая деятельность продюсера	2	1			14, 20, 21, 22, 24, 26	Обсужден ие на практичес ком занятии, решение задач, ситуаций. Экзамен
10	Виды финансовых планов, их краткая характеристика. Современная система финансовых планов	1				14, 20	Решение задач. Экзамен.
	Итого за семестр	10	4	2			
	Всего аудиторных часов						

4.4. ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

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 – Х11 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 Респ. Беларусь от 28 ноября 1999 г. № 770 : Указ Президента Респ. Беларусь от 3 сентября 2010 г. № 457.
9. О предоставлении и использовании безвозмездной (спонсорской) помощи : Указ Президента Респ. Беларусь от 1 июля 2005 г. № 300 ; с изм. и доп. от 29 ноября 2013 г. : Указ Президента Республики Беларусь № 529.
10. Об отдельных вопросах организации и проведении культурно- зрелищных мероприятий : Указ Президента Республики Беларусь от 5 июня 2013 г. № 257.
11. О мерах по государственной поддержке и стимулированию развития кинематографии : Указ Президента Респ. Беларусь от 5 дек. 2011 г. № 567 : в ред. Указа Президента Республики Беларусь от 14 янв. 2014 г. № 30.

12. Квалификационный справочник «Должности служащих, занятых в культуре и искусстве» : постановление Министерства труда и социальной защиты Респ. Беларусь от 29 дек. 2001 г. № 25 «Об утверждении квалификационного справочника “Должности служащих, занятых в культуре и искусстве” : в ред. постановления Министерства труда и социальной защиты Респ. Беларусь от 29 авг. 2003 г. № 97.

13. Основы продюсерства : учеб. / Г. П. Иванов, П. К. Огурчиков, В. И. Сидоренко : под ред. Г. П. Иванова и др. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 719 с.

14. Продюсерство. Управленческие решения : учеб. пособие / В. С. Малышев, Ю. В. Криволюцкий. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 376 с.

15. Положение о Министерстве культуры Республики Беларусь : в ред. Совета Министров Респ. Беларусь от 27 июля 2006 г. № 957.

16. Круглова, Н. Ю. Основы бизнеса : учеб. / Н. Ю. Круглова. – М. : КНОРУС, 2013. – 284 с.

17. Продюсерство. Управленческие решения : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В. С. Малышева, Ю. В. Криволюцкого. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 376 с.

18. Профессия – продюсер кино и телевидения. Практические подходы : электронный учеб. для студ. вузов / под ред. В. И. Сидоренко, П. К. Огурчикова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 467 с.

Перечень дополнительной литературы

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 организаций культуры : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 12 марта 2011 г. № 308.

3. Балашевич, М. И. Экономика и организация малого бизнеса : учеб. пособие / М. И. Балашевич, Т. П. Быкова. – Минск : БГЭУ, 2012. – 335 с.
4. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб. : ЛАНЬ, 2009. – 496 с.
5. Колпина, Л. Г. Финансы предприятий : учебник для ССУЗ / Л. Г. Колпина [и др.] ; под ред. Л. Г. Колпиной. – Минск, Вышэйшая школа, 2010. – 358 с.
6. Об утверждении Инструкции по доходам и расходам (Инструкция № 102) : постановление Министерства финансов Респ. Беларусь от 30 сент. 2011 г.
7. Об утверждении Инструкции о порядке составления бухгалтерской отчетности (Инструкция № 111) : постановление Министерства финансов Респ. Беларусь от 31 окт. 2011 г.
8. Давыденко, Л. Н. Основы предпринимательской деятельности : практикум / Л. Н. Давыденко. – Минск, 2015 г. – 138 с.
9. Колпина, Л. Г. Социально-экономическое развитие культуры в Республике Беларусь / Л. Г. Колпина // Вести Института современных знаний. – 2016. – № 1. – С 97 – 102.
10. 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.
11. Колпина, Л. Г. Влияние платных услуг на финансовое обеспечение в сфере культуры Республики Беларусь. / Л. Г. Колпина, А. А. Харитонов // Вести Института современных знаний. – 2014. – № 2. – С. 54 – 58.
12. Котлер Ф. Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств / Ф. Котлер, Д. Шефф. – М. : КЛАССИКА-XXI, 2004. – 436 с.

ВОПРОСЫ

*к семинарским занятиям по темам 1-3
дисциплины «Правовые и экономические основы продюсерской
деятельности в сфере искусств»*

1. Законодательные акты, определяющие порядок создания, функционирования и прекращения деятельности организаций культуры и искусства.
2. Нормативно-правовые акты, отражающие особенности деятельности различных типов и видов организаций культуры и искусства.
3. Регулирование организации досуга населения.
4. Нормативно-правовые акты, отражающие государственную поддержку сферы искусств.
5. Содержание понятий: бизнес, предпринимательство, предпринимательский стиль деятельности.
6. Субъекты предпринимательской деятельности в сфере культуры и искусства.
7. Краткая характеристика видов предпринимательства.
8. Продюсерство как предпринимательская деятельность и как важный инструмент реализации услуг в сфере искусства.
9. Государственное регулирование предпринимательства в Республике Беларусь.
10. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства.
11. Правовое положение продюсера.
12. Основные обязанности и функции продюсера.
13. Особенности правового режима деятельности продюсера.
14. Правовые отношения продюсера с авторами фильмов и других произведений искусства.
15. Продюсер и иные субъекты предпринимательской деятельности в аудиовизуальной сфере.

4.5. Требования

к выполнению самостоятельной работы обучающихся

Государственный стандарт высшего образования предусматривает по дисциплине «Правовые и экономические основы продюсерской деятельности в сфере искусства» 80 часов на самостоятельную работу, в том числе 36 часов – на подготовку к экзамену. Оставшиеся 44 часа распределены в нижеприведенной таблице.

№ п/п	Название раздела, темы	Кол-во часов на СРС	Задание	Форма выполнения	Цель или задача СРС
1	Основные законодательные и нормативные акты, регулирующие правовые аспекты развития культуры и искусства	4	Работа с конспектом лекций, учебниками и нормативными актами	Выписки из текстов	Первичное овладение знаниями, подготовка к семинарскому занятию
2	Продюсерство в рыночной экономике	4	Выявить особенности продюсерства как предпринимательской деятельности. Уяснить способы государственного регулирования	Работа с литературными источниками	Закрепление и систематизация знаний, подготовка к семинарскому занятию
3	Правовое регулирование продюсерства	4	Изучить обязанности и функции продюсера, правовые отношения с авторами и другими субъектами гражданских прав. Проблем. аспекты	Написание рефератов	Закрепление и систематизация знаний, подготовка к семинарскому занятию
4	Организационно-правовые формы коммерческих и некоммерческих организаций, их краткая характ.	6	Работа с конспектом лекций, учебниками, статистическими материалами	Подготовить сообщение о составе организ.	Формирование умений, навыков, подготовка к практическому занятию

5	Договорной режим производственно-коммерческой деятельности	4	Работа с конспектом лекций и другими источниками.	Изучить виды сделок, содержание авторских договоров	Формирование навыков, подготовка к практическому занятию
6	Права, обязанности, этические принципы предпринимателя	4	Работа с конспектом лекций и другими источниками	Составление основных характерных черт современного предприним.	Подготовка к экзамену
7.	Особенности развития предпринимательства .в сфере культуры.	4	Выявить особенности различных типов организаций и учреждений при переходе к рыночным отношениям	Выполнение заданий на практич. занятии	Закрепление знаний и навыков подготовка к экзамену
8.	Сфера культуры как составная часть экономической деятельности.	6	Уяснить способы и методы прин. маркетинговых и предпринимательских решений	Решение задач	Закрепление навыков. Подготовка к экзамену

9.	Финансово - экономическая деятельность продюсера.	4	Работа с конспектом лекций и другими источниками	Решение задач	Закрепление навыков. Подготовка к экзамену.
10.	Финансовое планирование и прогнозирование	4	Работа с конспектом и другими источниками	Решение задач	Закрепление навыков. Подготовка к экзамену.
	Итого	44			

4.6. ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Об авторском праве и смежных правах : Закон Респ. Беларусь от 17 мая 2011 г. № 262-З.
2. Кодекс Республики Беларусь о культуре : 20 июля 2016 г. « 413-3 : принят Палатой представителей 24 июня 2016 г. ; одобрен Советом Респ. 30 июня 2016 г.
3. Гражданский кодекс Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2001.
4. О предпринимательстве в Республике Беларусь : Закон Респ. Беларусь от 28 мая 1991 г. № 813 – XII : в ред. от 1 ноября 2007 г.
5. 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.
6. 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.
7. О предоставлении и использовании безвозмездной (спонсорской) помощи : Указ Президента Республики Беларусь от 1 июля 2005 г. № 300 : с изм. и доп. от 29 ноября 2013 г. : Указ Президента Респ. Беларусь № 529.
8. Об отдельных вопросах организации и проведении культурно- зрелищных мероприятий : Указ Президента Республики Беларусь от 5 июня 2013 г. № 257.
9. О мерах по государственной поддержке и стимулированию развития кинематографии : Указ Президента Республики Беларусь от 5 дек. 2011 г. № 567 : в ред. Указа Президента Респ. Беларусь от 14 янв. 2014 г. № 30.
10. Квалификационный справочник «Должности служащих, занятых в культуре и искусстве» : постановление Министерства труда и социальной защиты Респ. Беларусь от 29 дек. 2001 г. № 25 «Об утверждении квалификационного справочника “Должности служащих, занятых в культуре и искусстве” :

в ред. постановления Министерства труда и социальной защиты Респ. Беларусь от 29 авг. 2003 г. № 97.

11. Основы продюсерства : учеб. / Г. П. Иванов, П. К. Огурчиков, В. И. Сидоренко ; под ред. Г. П. Иванова и др. – М. : ЮНИТИ–ДАНА, 2003. – 719 с.

12. Продюсерство. Управленческие решения : учеб. пособие / В. С. Малышев, Ю.В. Кривошук. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 376 с.

13. Положение о Министерстве культуры Республики Беларусь : в ред. Совета Министров Респ. Беларусь от 27 июля 2006 г. № 957.

14. Круглова, Н. Ю. Основы бизнеса : учеб. / Н. Ю. Круглова. – М. : КНОРУС, 2013. – 284 с.

Дополнительная

15. 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.

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

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

18. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб. : ЛАНЬ, 2009. С . – 496 с.

19. Колпина Л. Г. Финансы предприятий : учеб. для ССУЗ / Л. Г. Колпина [и др.] ; под ред. Л. Г. Колпиной. – Минск : Вышэйшая школа, 2010. – 358 с.

20. Об утверждении Инструкции по доходам и расходам (Инструкция № 102) : постановление Министерства финансов Респ. Беларусь от 30 сент. 2011 г.

21. Об утверждении Инструкции о порядке составления бухгалтерской отчетности (Инструкция № 111) : постановление Министерства финансов Респ. Беларусь от 31 окт. 2011 г.
22. Давыденко, Л. Н. Основы предпринимательской деятельности : практикум / Л. Н. Давыденко. – Минск, 2015 г – 138 с.
23. Колпина, Л. Г. Социально-экономическое развитие культуры в Республике Беларусь, / Л. Г. Колпина // Вести Института современных знаний. – 2016. – № 1. – С. 97 – 102.
24. 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.
25. Колпина, Л. Г. Влияние платных услуг на финансовое обеспечение в сфере культуры Республики Беларусь / Л. Г. Колпина, А. А. Харитонов // Вести Института современных знаний. – 2014. – № 2. – С. 54 – 58.
26. Бланк, И. А. Основы инвестиционного менеджмента : в 2 т. / И. А. Бланк. – М. : Омега-Л, 2008. – 560 с.
27. Гуськова, Н. Д. Инвестиционный менеджмент : учеб. / Н. Д. Гуськова, И. Н. Краковская, Ю. Ю. Слушкина [и др.]. – М. : КНОРУС, 2010. – 456 с.
28. Основы финансового менеджмента / Джеймс С. Ванхорн, Джон М. Вахвин-мл. – М. : Вильямс, 2007. – 1232 с.

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка.....	3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	7
1.1. Введение.....	7
1.2. Конспект лекций.....	8
2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	44
2.1. Тематика семинарских занятий.....	44
2.2. Задачи и задания к практическим занятиям	45
3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	60
4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ.....	63
4.1. Учебная программа	63
4.2. Пояснительная записка	65
4.3. Содержание учебного материала	69
4.4. Информационно-методическая часть	85
4.5. Требования к выполнению самостоятельной работы обучающихся	89
4.6. Литература	92

Учебное электронное издание

Автор-составитель
Колпина Людмила Григорьевна

ПРАВОВЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОДЮСЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ИСКУССТВ

*Электронный учебно-методический комплекс
для обучающихся специальности 1-20 81 02 Продюсерство в сфере искусств*

[Электронный ресурс]

Редактор *Е. И. Ивашина*
Технический редактор *Ю. В. Хадьков*

Подписано в печать 28.02.2018.
Гарнитура Times Roman. Объем 0,7 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 978-985-547-210-1

