

УДК 839.257

А.И. Горегляд (ЧПУП «Студия ПЛЭЙ», г. Минск);  
А.А. Пузыревская (БГТУ, г. Минск)

## ОСОБЕННОСТИ ПРОДЮСИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ РОЛИКОВ

Продюсер – руководитель команды, которая работает над созданием рекламного ролика. От продюсера зависят эффективность расходования бюджета клиента и эффективность работы творческой группы.

Работа, продюсера, подразделяется на несколько этапов.

1. Предварительная оценка сценария.
2. Подбор команды режиссер/оператор, выбор остальных подрядчиков.
3. Составление детальной сметы для клиента.
4. Определение сроков, составление тайминга.
5. Распределение объемов работ между единицами творческой команды, планирование сроков их работы.
6. Контроль работы команды.

Продюсер понимает цели и задачи клиента, бережно планирует бюджет, хорошо знает рынок подрядчиков и ренталов, правильно подбирает творческую и техническую команду, получает от подрядчиков максимальное качество работы, имеет большой опыт продюсирования проектов.

В некоторых небольших студиях один человек выполняет сразу несколько ролей – например, режиссера и продюсера. Это негативно отражается на процессе, т. к. именно продюсер смотрит на проект с коммерческой точки зрения, пытаясь дать клиенту оптимальный продукт, при этом сохранив высокое качество работы для портфолио, а также отслеживая полную и своевременную оплату работы команды.

Если продюсер одновременно и режиссер, то он ставит свои интересы выше интересов команды и получается или работа, которая не нужна клиенту, или плохо организованный процесс производства (творческий работник не может выполнять финансовую и административную функцию, для этого нужны разные личные качества), и в итоге бюджет проекта расходуется неэффективно.