

Федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования
Московский государственный институт культуры

УТВЕРЖДЕНО:
Председатель УМС
факультета Медиакоммуникаций и
аудиовизуальных искусств
Кот Ю.В.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ В СИСТЕМЕ ПРОДВИЖЕНИЯ
АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

Специальность : 55.05.04 Продюсерство

Специализация: Продюсер кино и телевидения

Квалификация (степень) выпускника: продюсер кино и телевидения

Форма обучения: очная, заочная

*(РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов)*

1. ЦЕЛЬ КУРСА

Целью настоящего курса является ознакомление студентов с внутренними и внешними факторами организации и управления в системе продвижения аудиовизуальной продукции, особенностями творческого труда, подготовка их к руководству процессом реализации аудиовизуального произведения, обучение методам экспертной оценки экономического потенциала кино- и телепроекта и другого аудиовизуального контента.

Основными формами обучения являются лекции, семинарские и практические занятия, мастер-классы, анализ продюсерских идей. Студенты подготавливают курсовую работу, а по завершении – сдают экзамен.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ

Дисциплина «Организация и управление в системе продвижения аудиовизуальной продукции» входит в Блок 1 «Дисциплины (модуля)» и относится к обязательной части ОПОП по специальности 55.05.04 Продюсерство, специализация: Продюсер кино и телевидения.

Дисциплина изучается в 7-8 семестрах на очном отделении, в 9-А семестрах на заочном отделении. Она строится на основе пройденных студентами или одновременно изучаемых дисциплин: «Организация производства аудиовизуальной продукции», «История отечественного и зарубежного кино», «Кинодраматургия», «Основы кинорежиссуры», «Основы операторского мастерства», «Звуковое решение фильма».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин: «Мастерство продюсера кино и телевидения», «Маркетинг, связи с общественностью и реклама в продюсерской деятельности», «Лимит затрат и генеральная смета на основе режиссерского сценария», «Внешекономическая деятельность в кино и на телевидении», «Мультимедиа как среда для реализации продюсерских проектов», «Оценка постановочной сложности кинопроекта».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ОПОП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины «Организация и управления в системе продвижения аудиовизуальной продукции» у студентов должны сформироваться следующие общекультурные и профессиональные компетенции **ОПК-6** и **ПК-11**.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Код компетенции	Наименование компетенции	Результаты обучения. <i>Выпускник должен:</i>
ОПК-6	Способен руководить созданием и реализацией	Знать: этапы и особенности работы над творческим проектом

	творческого проекта в рамках профессиональных компетенций, объединять работу субъектов творческо-производственного процесса для создания эстетически целостного художественного произведения.	в области экранных искусств Уметь: организовать работу коллектива из субъектов творческо-производственного процесса для создания эстетически целостного художественного произведения Владеть: методами реализации творческого проекта и управления творческим коллективом для создания эстетически целостного художественного произведения
ПК-11	Способен разработать и осуществить концепцию дальнейшего продвижения продукта (фильма) на рынке (Постпродакшн)	Знать Основы рекламной и маркетинговой деятельности, структуру и механизмы работы системы кинопроката и телеиндустрии. Уметь Создавать медиапродукты, востребованные сферой рекламы в области продвижения фильма Владеть Современными методами продвижения экранной продукции, инновационными рекламными технологиями

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

4.1. Объём дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зе - 252 академических ч., из них контактных 72 акад.ч. на очном отделении, 14 ак.ч. на заочном отделении, СРС - 126 акад.ч. на очном отделении, 225 ак.ч. на заочном отделении, формы контроля: на очном отделении- 54 ак.ч. (экзамен в 7, 8 сем.); на заочном отделении – 13 ак.ч. (зачет с оценкой- в 9 семестре, экзамен в А семестрах).

4.2. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) /в том числе в интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
---	-------------------	---------	-----------------	---	---

				лек	сем	п/гр	м/гр	Срс	
1.	История продвижения российского рынка аудиовизуальной сферы.	7		2	2				
2.	Производитель – прокатчик – демонстратор. Организационные и экономические связи.	7		2	2				Контрольная работа
3.	Основные функции и цели продвижения аудиовизуального продукта к зрителю.	7		4	2				Эссе
4.	Варианты соглашений продюсера и дистрибьютером.	7		4	2				Опрос
5.	Создание независимой сети кинопоказа. Экономика проката.	7		2	2				
6.	Продвижения аудиовизуального продукта на ТВ. Структура телевизионного вещания.	7		4	4				Экзамен (27 ак.ч.)
7.	Дистрибьюция продукта на вторичном рынке – рынке телевидения.	8		2	2				
8.	Роль рекламы в продвижении аудиовизуального продукта.	8		4	4				Эссе
9.	Этапы проведения рекламной кампании. Источники	8		2	2				

	финансирования и оценка результативности.								
10.	Интернет – технологии в продвижении аудиовизуального продукта.	8		4	4				Контрольная работа
11.	Классификация персонального бренда экранных исполнителей.	8		2	2				
12.	Роль фестивальной деятельности. Этапы управления кинофестивальной сессии.	8		2	2				Экзамен (27 ак.ч.)
	ИТОГО: 252 ак.ч.			36	32			126	54

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) /в том числе в интерактивной форме					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				лек	сем	п/гр	м/гр	Срс	
1.	История продвижения российского рынка аудиовизуальной сферы.	9		2	2				
2.	Производитель – прокатчик – демонстратор. Организационные и экономические связи.	9		2	2				Контрольная работа

3.	Основные функции и цели продвижения аудиовизуального продукта к зрителю.	9		4	2				
4.	Варианты соглашений продюсера и дистрибьютером.	9		4	2				Опрос
5.	Создание независимой сети кинопоказа. Экономика проката.	9		2	2				
6.	Продвижения аудиовизуального продукта на ТВ. Структура телевизионного вещания.	9		4	4				Зачет с оценкой (4 ак.ч.)
7.	Дистрибьюция продукта на вторичном рынке – рынке телевидения.	А		2	2				
8.	Роль рекламы в продвижении аудиовизуального продукта.	А		4	4				Эссе
9.	Этапы проведения рекламной кампании. Источники финансирования и оценка результативности.	А		2	2				
10.	Интернет – технологии в продвижении аудиовизуального продукта.	А		4	4				Контрольная работа
11.	Классификация персонального	А		2	2				

	бренда экранных исполнителей.								
12.	Роль фестивальной деятельности. Этапы управления кинофестивальной сессии.	А		2	2				Экзамен (9 ак.ч.)
	ИТОГО: 252 ак.ч.			10	2			225	13

4.3 Краткое содержание курса

Аудиовизуальная сфера - одна из важнейших отраслей социально-культурной сферы. Роль и значение медиатехнологий в удовлетворении духовных запросов людей, в повышении их образовательного уровня.

Основные черты и особенности, аудиовизуального продукта как культурного и экономического комплекса. Аудиовизуальная сфера в системе экономических отношений. Согласование духовных и экономических интересов в условиях рынка. Коммерческая и некоммерческая деятельность в продвижении аудиовизуального продукта.

Предмет «Организация и управления в системе продвижения аудиовизуальной продукции», ее задачи и методологические основы. Специфика организации и управления в системе продвижения аудиовизуальной продукции в сравнении с другими отраслями культуры и средствами массовой коммуникации.

Содержание курса и методика его изучения. Связь с другими специальными экономическими дисциплинами. Роль фестивальной деятельности.

Значение дисциплины в подготовке кадров менеджеров производства и реализации аудиовизуальной продукции.

1. История продвижения российского рынка аудиовизуальной сферы.

Общая характеристика проката и киносети, направление ее деятельности.

Продвижение аудиовизуального ряда: основные задачи, экономические

особенности и масштабы развития. Дистрибьюторские предприятия. Основные принципы функционирования предприятий аудиовизуальной сферы в условиях рыночной экономики.

Организационно-экономические формы аудиовизуальной сферы: продюсерские фирмы специализирующиеся на прокате аудиовизуального ряда. Принципы функционирования аудиовизуального рынка нового типа в России. Организационно-экономические отношения студий, прокатных предприятий, демонстраторов.

2 Производитель – прокатчик – демонстратор. Организационные и экономические связи.

Союз производителя и прокатчика. Аудиовизуальная сфера как объект управления. Роль государственных органов управления в формировании творческих и экономических условий функционирования аудиовизуальной сферы. Федеральный и региональный уровни управления аудиовизуальной сферы.

Основные направления и методы государственного регулирования аудиовизуальной сферы. Государственная регистрация и сертификация аудиовизуальной продукции. Участие государства в финансировании реализации аудиовизуальной продукции .

3. Основные функции и цели продвижения аудиовизуального продукта к зрителю.

Понятие аудиовизуальный продукт. Цели продвижения артпроектов в аудиовизуальной сфере. Экономические, социальные и правовые условия, необходимые для деятельности медиаконтента.

Классификация аудиовизуальной сферы. Перспективы развития проката. Производственная и организационная структуры предприятий. Механизм функционирования предприятия. Деятельность продюсера в продвижении фильма.

4. Варианты соглашений продюсера и дистрибьютером.

Условия дистрибьюторского процента. Расходы по выпуску продукта. Тираж, количество копий, время показа. Организационно-правовые основы и особенности различных форм собственности аудиовизуальной сферы. Прокатчик и демонстратор как субъект предпринимательской деятельности. Коммерческие и некоммерческие предприятия.

Предприятия аудиовизуальной сферы с государственной, коллективной, арендной и частной формами собственности.

Интеграция предприятий. Объединения, ассоциации, концерны, холдинги.

Принципы и организация их деятельности.

5. Создание независимой сети кинопоказа. Экономика проката.

НАК (Национальная ассоциация кинотеатров). Крупнейшие операторы киносетей России. Организация работы независимой сети. Экономика проката. Клиент – сервис современного показа. Технологическая база независимого кинопоказа.

6. Продвижения аудиовизуального продукта на ТВ. Структура телевизионного вещания.

Характеристика современного телерынка. Система продвижения аудиовизуальной продукции на ТВ. Роль финансовых ресурсов в функционировании предприятия. Источники формирования финансовых ресурсов предприятий в сфере ТВ; собственные средства; средства, мобилизуемые на финансовом рынке; бюджетные средства. Программно-целевой принцип проката и показа аудиовизуального продукта на ТВ, целевой поддержки и другие формы поддержки киноискусства.

Структура телевизионного вещания. Технический канал, центральный канал, региональный канал, кабельное ТВ, спутниковое вещание и др.

7. Дистрибьюция продукта на вторичном рынке – рынке телевидения.

Принцип вторичности. Черты и формы развития вторичного аудиовизуального рынка. Основные виды передаваемых прав: эфирные, спутниковые, кабельные, в рамках платного, бесплатного телевидения. Социально-экономические аспекты.

Особенности, факторы и основанные тенденции развития вторичного рынка аудиовизуальной сферы. Роль новой техники и технологии в повышении художественного, технического качества, зрелищность продукции в решении прокатных задач.

Современные тенденции и задачи развития техники и технологии тиражирования и демонстрации продукции.

8. Роль рекламы в продвижении аудиовизуального продукта.

Сущность, показатели и экономическое значение рекламы. Структура и примерная стоимость услуг по продвижению аудиовизуальной продукции.

Специализация предприятий рекламы аудиовизуальной сферы.

Сущность, основные формы и показатели рекламных предприятий аудиовизуальной сферы. Формы производственно-творческих связей и кооперирования аудиовизуальной сферы.

Экономическая сущность привлечения звезд в рекламную кампанию. Реклама в прессе. Классификатор средств рекламной информации. Экономическое содержание. Этапы проведения рекламной кампании в практике аудиовизуальной сферы.

Интервал рекламной кампании. Федеральный закон «О рекламе» от 13 марта 2006 г. № 38.

9. Этапы проведения рекламной кампании. Источники финансирования и оценка результативности.

Планирование и проведение рекламных мероприятий. Реклама в предподготовительном и подготовительном периодах. Интерес к проекту. Понятие об рекламных издержках. Себестоимость услуг. Структура, классификация и группировки затрат на информационную составляющую. Затраты, включаемые в себестоимость продукции (работ, услуг).

Презентация фильма. Рекламная акция на федеральных каналах телевидения. Рекламная акция на радио. Реклама в имиджевой прессе.

Последовательный и пульсирующий график рекламной кампании.

Себестоимость и принципы исчисления. Оборотные и привлеченные средства способы формирования рекламного бюджета. Себестоимость услуг предприятий рекламы, ее элементы и структура.

Анализ себестоимости: цели, задачи/ информационная база, содержание. Пути снижения затрат на рекламу киноvideопродукции (услуг).

10. Интернет – технологии в продвижении аудиовизуального продукта.

Ценовая политика, роль Интернет – технологии в продвижении аудиовизуального продукта. Интернет – как СМИ, неограниченные возможности по учету информации. Интерактивное общение с потенциальной аудиторией. Влияние на результат деятельности аудиовизуального предприятия. Виды цен, их элементы и структура. Сайты отечественной аудиовизуальной продукции.

Особенности ценообразования. Оценка спроса. Стоимостные и нестоимостные

факторы ценообразования интернет-технологий. Льготные и бесплатные услуги в интернет-технологий.

11. Классификация персонального бренда экранных исполнителей.

Маркетинговая стратегия персонального брендинга актеров и режиссеров кино и телевидения. Мировая практика. PR-специалисты.

Имиджевая составляющая. Основные компоненты персонального брендинга (компетентность, стандарты, стиль) .

Классификация артистических брендов (универсальный, коммерческий, социально-информационный, жанрово-позитивный, жанрово-негативный).

12. Роль фестивальной деятельности. Этапы управления кинофестивальной сессии.

История фестивального движения. Типы фестивалей аудиовизуальной сферы (мировые, международные, региональные, национальные).

Финансирование и менеджмент. Организационные службы фестиваля (протокол, служба приема, отборочная комиссия, пресс-центр, программ, кинопоказа и др).

Фестиваль как средство продвижения. Классификация по масштабу проведения. Жанровые особенности. Фестиваль как индустрия. Циклы управления фестивалем.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (разбор конкретных ситуаций, формирование продюсерских концепций создания и реализации кино–телепроектов, экономический анализ синопсисов, литературных сценариев, киносценариев и режиссерских сценариев, тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебного курса предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных кино-, видео- и телекомпаний, мастер-классы ведущих экспертов, продюсеров и организаторов фильмопроизводства, проката и киноvideопоказа и других специалистов.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущая и промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется в соответствии со структурированным тематическим планом, а также фондом оценочных средств дисциплины, являющимся неотъемлемой частью учебно-методического комплекса.

По дисциплине предусматривается проведение:

- текущего контроля успеваемости студентов;
- промежуточной аттестации успеваемости студентов.

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемое наблюдение за уровнем усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра.

Промежуточная аттестация – это вид контроля, предусмотренный рабочим учебным планом направления подготовки, осуществляется в ходе экзамена (зачета).

6.1. Система оценивания

Форма контроля	Оценка
Текущий контроль: - опрос - участие в дискуссии на практическом занятии - тестовые задания	зачтено/не зачтено Зачтено (не менее 50% ответов даны правильно) / не зачтено (менее 50 % ответов даны правильно)
Промежуточная аттестация Зачёт с оценкой Экзамен	 отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно

6.2. Критерии оценки результатов по дисциплине

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
-----------------------------	---

«Отлично»/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если компетенция, закрепленная за дисциплиной, сформирована (по индикаторам/ результатам обучения в формате «знать-уметь-владеть») в полном объеме на уровне «высокий».</p> <p>При этом студент глубоко и всесторонне усвоил проблему;</p> <ul style="list-style-type: none"> - уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает выводы и обобщения; - свободно владеет терминологией по дисциплине.
«Хорошо»/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если компетенция, закрепленная за дисциплиной, сформирована (по индикаторам/ результатам обучения в формате «знать-уметь-владеть») на уровне «хороший».</p> <p>При этом студент твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы;</p> <ul style="list-style-type: none"> - не допускает существенных неточностей; - увязывает усвоенные знания с практической деятельностью; - аргументирует научные положения; - делает выводы и обобщения; - владеет терминологией по дисциплине
«Удовлетворительно»/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если компетенция, закрепленная за дисциплиной, сформирована (по индикаторам/ результатам обучения в формате знать-уметь-владеть) на уровне «удовлетворительный».</p> <p>При этом тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть студент освоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы;</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - допускает несущественные ошибки и неточности; - испытывает затруднения в практическом применении психологических знаний; - слабо аргументирует научные положения; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений; - частично владеет терминологией по дисциплине.
«Неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если компетенция, закрепленная за дисциплиной, не сформирована (по индикаторам/ результатам обучения в формате «знать-уметь-владеть»), то есть результаты обучения ниже удовлетворительного уровня.</p> <p>Студент не усвоил значительной части проблемы;</p> <ul style="list-style-type: none"> - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует выводов и обобщений; - не владеет терминологией по дисциплине

6.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Осуществляется контроль сформированности компетенции ОПК-6 Способен руководить созданием и реализацией творческого проекта в рамках профессиональных компетенций, объединять работу субъектов творческо-производственного процесса для создания эстетически целостного художественного произведения.; ПК-11 Способен разработать и осуществить концепцию дальнейшего продвижения продукта (фильма) на рынке (Постпродакшн).

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

ТЕСТ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ по дисциплине «Организация и управление в системе продвижения аудиовизуальной продукции»

Выбор одного варианта ответа из предложенного множества

№	Компетенция (часть компетенции)	Вопрос	Варианты ответов
1	ОПК-6 Способен руководить созданием и реализацией творческого проекта в рамках профессиональных компетенций, объединять работу субъектов творческо-производственного процесса для создания эстетически целостного художественного произведения.	1. Аудиовизуальная сфера -	а. одна из областей нефтегазового комплекса б. одна из важнейших отраслей социально-культурной сферы с. одна из сфер IT-индустрии
2		2. Роль и значение медиатехнологий состоит	а. в удовлетворении духовных запросов людей, в повышении их образовательного уровня. б. В решении проблем продовольственной промышленности с. В развитии IT-индустрии России
3		3. Организационно-экономические отношения студий, прокатных предприятий, демонстраторов.	а. Регулируются договорными отношениями б. Регулируются специальными законами РФ с. Не имеют договорной базы
4		4. Союз производителя и	а. Мешает развитию б. Не влияет на развитие

		прокатчика	индустрии с. Позволяет развивать индустрию
5		5. Государственная регистрация и сертификация аудиовизуальной продукции	а. Не существует б. Существует и оказывает серьезное влияние на индустрию с. Существует, но не оказывает влияние
6		6. Участие государства в финансировании реализации аудиовизуальной продукции.	а. Помогает реализации и прокату б. Мешает развитию проката с. Не оказывает серьезного влияния
7		7. Расходы по выпуску продукта	а. Берут кинотеатры на себя б. Берет прокатчик на себя с. Определяются договорами
8		8. Тираж, количество копий, время показа.	а. Определяет продюсер б. Определяет прокатчик с. Определяются договорами
9		9. Объединения, ассоциации, концерны, холдинги.	а. На аудиовизуальном рынке их нет б. Есть, но они играют небольшую роль с. Есть и очень важны
10		10. НАК расшифровывается	а. Национальная ассоциация

		как	кинотеатров b. Национальная ассоциация кинопрокатчиков c. Народная ассоциация кино
11		11. Основные виды передаваемых прав. Выберите какие есть.	a. Эфирные b. Спутниковые c. кабельные, в рамках платного, бесплатного телевидения.
12	ПК-11 Способен разработать и осуществить концепцию дальнейшего продвижения продукта (фильма) на рынке (Постпродакшн)	12. Как работает продвижение аудиовизуального ряда:	a. Через рекламное продвижение b. Через текстовые рассылки c. Через личное общение со зрителями
13		13. Дистрибьюторские предприятия в медиаиндустрии	a. Не существуют b. Существуют и играют важную роль c. Существуют, но не оказывают важную роль
14		14. Цели продвижения артпроектов в аудиовизуальной сфере.	a. Максимальный охват и прибыль b. Развитие киноискусства c. Самореализация авторов фильмов
15		15. Деятельность продюсера в продвижении фильма.	a. Продюсер не участвует в продвижении b. Продюсер участвует в

			продвижении с. В разных случаях по разному
16		16. Характеристика современного телерынка.	а. Хорошо развит б. Только формируется с. Еще не сформирован
17		17. Сущность, показатели и экономическое значение рекламы.	а. Реклама критически важна для аудиовизуальной сферы б. Реклама не важна для сферы с. Зависит от ситуации
18		18. Экономическая сущность привлечения звезд в рекламную кампанию.	а. Звезды полезны для продвижения фильмов б. Это не влияет на продвижение с. Зависит от ситуации
19		19. Какой вид средств рекламной информации сейчас наименее актуален.	а) Пресса б) Интернет с) Телевидение
20		20. Маркетинговая стратегия персонального брендинга актеров и режиссеров кино и телевидения.	а. Уникальна и не похожа б. Схожа с маркетингом товаров и услуг с. Не имеет смысла

Критерии оценки тестирования:

Количество верных ответов	Результат
---------------------------	-----------

обучающегося		
26-30	Отлично	Зачтено
15-25	Хорошо	
6-14	Удовлетворительно	
Менее 6	Неудовлетворительно	Не зачтено

Ключи к тесту представлены в ФОС данной дисциплины.

Контрольные задания по темам

1. Какова структура современного кинопроката?
2. В чем заключается прокатная стратегия дистрибьютеров на аудиовизуальном рынке?
3. Что входит в обязанности фестивального продюсера?
4. Что входит в понятие комбинированные права?
4. В чем заключаются принципиальные отличия федеральных и сетевых каналов ТВ?

1. Деятельность продюсера в продвижении фильма.
2. Условия дистрибьюторского процента. Тираж, количество копий, время показа.
3. Комбинирование производства. Аренда, лизинг и франчайзинг.
4. НАК (Национальная ассоциация кинотеатров). Крупнейшие операторы киносетей России.
5. Характеристика современного телерынка.
6. Программно-целевой принцип проката и показа аудиовизуального продукта на ТВ, целевой поддержки и другие формы поддержки киноискусства.
7. Структура телевизионного вещания. Технический канал, центральный канал, региональный канал, кабельное ТВ, спутниковое вещание и др.
8. Формы развития вторичного аудиовизуального рынка.
9. Сущность, основные формы и показатели рекламных предприятий аудиовизуальной сферы.
Формы производственно-творческих связей и кооперирования аудиовизуальной сферы.
10. Классификатор средств рекламной информации.

Критерии оценки контрольной работы

Оценку «зачтено» студент получает при выполнении следующих условий:

- дан полный аргументированный ответ на поставленный вопрос в рамках рубежного контроля,
 - во время семестра студент выступил с рефератом (сообщением) по темам курса,
 - принимал активное участие в дискуссиях и обсуждениях на семинарских занятиях,
 - продемонстрировал навык работы с рекомендуемой и дополнительной литературой, отработал алгоритм поиска требуемой информации по разным каналам, включая интернет,
 - проявил умение аргументировать свою точку зрения и делать выводы из проанализированного материала.
- студент получает при выполнении следующих условий:
- знает в общих чертах ответ на поставленный вопрос рубежного контроля,
 - один-два раза принимал участие в обсуждениях на семинарских занятиях.

Оценку «не зачтено» студент получает, если:

- начал изучать рекомендуемую литературу и знакомиться с рекомендуемыми для просмотра телевизионными произведениями.
- студент получает за неудовлетворительный ответ на вопрос.

Темы эссе

1. Рекламная акция на федеральных каналах телевидения. Рекламная акция на радио. Реклама в имиджевой прессе.
2. Ценовая политика, роль Интернет – технологии в продвижении аудиовизуального продукта.
3. Классификация артистических брендов (универсальный, коммерческий, социально-информационный, жанрово-позитивный, жанрово-негативный).
4. Фестиваль как средство продвижения. Классификация по масштабу проведения. Жанровые особенности. Фестиваль как индустрия. Циклы управления фестивалем.

Критерии оценки эссе

- Полнота раскрытия студентом основных понятий, связанных с предметом рассмотрения;
- Умение студента систематизировать и структурировать информацию из источников;
- Уровень сложности представленных в эссе обобщений и выводов;

- Сопоставление имеющихся различных точек зрения на предмет рассмотрения с собственным индивидуальным мнением;
- Соотнесение собственного высказывания о предмете с базовыми теоретическими положениями избранной для эссе темы;
- Субъективная позиция автора эссе не должна выходить за рамки фактографической точности;
- Наличие аргументаций и выводов, соответствующих предмету рассмотрения и их убедительность;
- Внутреннее смысловое единство и композиционно свободный стиль изложения.

Кроме того, оценивается общая культура письменной речи студента, а именно:

- ✓ Отсутствие орфографических и синтаксических ошибок;
- ✓ Лексически разнообразный и стилистически грамотный русский литературный язык;
- ✓ Отсутствие опечаток, сокращений слов (кроме общепринятых).

Критерии оценки учебных действий студентов

(выступление с докладом, рефератом, по обсуждаемому вопросу)

Оценка «отлично» - студент глубоко и всесторонне усвоил проблему;

- уверенно, логично, последовательно и грамотно её излагает;
- опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно связывает усвоенные научные положения с практической деятельностью;
- умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;
- делает выводы и обобщения;
- свободно владеет кинотерминологией.

Оценка «хорошо» - студент твёрдо усвоил тему, грамотно и по существу её излагает, опираясь на знания основной литературы;

- не допускает существенных неточностей;
- увязывает усвоенные знания с практической деятельностью;
- аргументирует научные положения;
- делает выводы и обобщения;
- владеет кинотерминологией.

Оценка «удовлетворительно» - тема раскрыта недостаточно чётко и полно, т. е. студент освоил проблему, по существу её излагает, опираясь на знания только основной литературы;

- допускает несущественные ошибки и неточности;
- испытывает затруднения в практическом применении знаний;
- слабо аргументирует научные положения;
- затрудняется в формулировании выводов и обобщений;

- частично владеет кинотерминологией.

Оценка «неудовлетворительно» - студент не усвоил значительной части проблемы;

- допускает существенные ошибки и неточности при её рассмотрении;

- испытывает трудности в практическом применении знаний;

- не может аргументировать научные положения;

- не формулирует выводы и обобщения;

- не владеет кинотерминологией.

Вопросы к экзамену (7 семестр):

1. Деятельность продюсера в продвижении фильма.
2. Условия дистрибьюторского процента. Тираж, количество копий, время показа.
3. Комбинирование производства. Аренда, лизинг и франчайзинг.
4. НАК (Национальная ассоциация кинотеатров). Крупнейшие операторы киносетей России.
5. Характеристика современного телерынка.
6. Программно-целевой принцип проката и показа аудиовизуального продукта на ТВ, целевой поддержки и другие формы поддержки киноискусства.
7. Структура телевизионного вещания. Технический канал, центральный канал, региональный канал, кабельное ТВ, спутниковое вещание и др.
8. Формы развития вторичного аудиовизуального рынка.
9. Сущность, основные формы и показатели рекламных предприятий аудиовизуальной сферы. Формы производственно-творческих связей и кооперирования аудиовизуальной сферы.
10. Классификатор средств рекламной информации.
11. Реклама в предподготовительном и подготовительном периодах.
12. Рекламная акция на федеральных каналах телевидения. Рекламная акция на радио. Реклама в имиджевой прессе.

Примерные вопросы к экзамену (8 семестр):

1. Продвижение аудиовизуального ряда: основные задачи, экономические

особенности и масштабы развития.

2. Принципы функционирования аудиовизуального рынка.

3. Роль государственных органов управления в формировании творческих и экономических условий функционирования аудиовизуальной сферы.

4. Государственная регистрация и сертификация аудиовизуальной продукции.

5. Понятие аудиовизуальный продукт.

6. Перспективы развития проката. Производственная и организационная структуры предприятий.

7. Деятельность продюсера в продвижении фильма.

8. Условия дистрибьюторского процента. Тираж, количество копий, время показа.

9. Комбинирование производства. Аренда, лизинг и франчайзинг.

10. НАК (Национальная ассоциация кинотеатров). Крупнейшие операторы киносетей России.

11. Характеристика современного телерынка.

12. . Программно-целевой принцип проката и показа аудиовизуального продукта на ТВ, целевой поддержки и другие формы поддержки киноискусства.

13. Структура телевизионного вещания. Технический канал, центральный канал, региональный канал, кабельное ТВ, спутниковое вещание и др.

14. Формы развития вторичного аудиовизуального рынка.

15. Сущность, основные формы и показатели рекламных предприятий аудиовизуальной сферы. Формы производственно-творческих связей и кооперирования аудиовизуальной сферы.

16. Классификатор средств рекламной информации.

17. Реклама в предподготовительном и подготовительном периодах.

18. Рекламная акция на федеральных каналах телевидения. Рекламная акция на радио. Реклама в имиджевой прессе.

19. Ценовая политика, роль Интернет – технологии в продвижении аудиовизуального продукта.

20. Классификация артистических брендов (универсальный, коммерческий, социально-информационный, жанрово-позитивный, жанрово-негативный).

21. Фестиваль как средство продвижения. Классификация по масштабу проведения. Жанровые особенности. Фестиваль как индустрия. Циклы управления фестивалем.

22. Как разрабатывается рекламная кампания по прокату кинопродукции?

23. Какова роль фестивалей в развитии кинематографа?

24. Каковы основные обязанности прокатчика перед продюсером?

Критерии оценки экзамена:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он наиболее полно и грамотно ответил на поставленные вопросы;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он полно и грамотно ответил на поставленные вопросы допустив незначительные неточности;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он продемонстрировал понимание предмета, но не раскрыл сути вопроса;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, которые не владеет темой предмета.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рекомендуемая литература

Основная литература:

1. Мастерство продюсера кино и телевидения: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Продюсерство кино и телевидения» и другим кинематографическим специальностям / под ред. П. К. Огурчикова, В. В. Падейского, В. И. Сидоренко. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008 г.
2. Профессия – продюсер кино и телевидения. Практические подходы: учебник для студентов вузов / под ред. В. И. Сидоренко, П. К. Огурчикова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010 г.
3. Сборник задач, тестов и заданий по основам продюсерства и менеджмента Аудиовизуальная сфера). – М.: ВГИК, 2009 г.

Дополнительная литература:

Лапшин, Н. П.

Основы менеджмента в социально-культурной сфере : учеб. пособие / Н. П. Лапшин ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2005. - 130 с. - Библиогр.: с.129-130. - 40-.

Основы кинофестивального менеджмента : учеб. пособие / Под ред. Г.А. Поличко. - М. : ГУУ, 2003. - 207с : схем. - Прил.: с.129-207. - ISBN 5-215-01442-6 : 70-.

Тульчинский, Г. Л.

Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова ; С.-Петерб. гос. ун-т культуры и искусств. - Изд. 3-е ; стереотип. - СПб.; М.; Краснодар : Планета музыки: Лань, 2007. - 527 с. : схем.,табл. - Библиогр.: с.524-525. - ISBN 978-5-8114-0517-6 : 250-03-.

Ольшанская, Е. В.

Управление в профессиональной деятельности специалиста социокультурной среды : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 071401 - Социально-культурная деятельность / Е. В. Ольшанская ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2009. - 175 с. - 160-.

Жаркова, Л. С.

Организация деятельности учреждений культуры : учебник / Л. С. Жаркова ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2010. - 394 с. - Библиогр.: с. 383-394. - ISBN 978-5-94778-234-9 : 147-50.

Как взаимодействуют искусство и рынок? [Текст] : материалы круглого стола (Москва, 2 апр. 2010 г.) / Моск. гос. ун-т культуры и искусств ; [редкол.: С. А. Касаткина, Е. В. Мареева, В. А. Тихонова, И. Н. Романов]. - М. : МГУКИ, 2010. - 66 с. - 73-.

Касаткина, С. А.

Менеджмент социокультурной сферы: традиции и инновации [Текст] : учеб. пособие / С. А. Касаткина ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2011. - 112 с. : схем. - Библиогр.: с. 110-112. - 90-.

Новикова, Г. Н.

Менеджмент творческо-производственной деятельности [Текст] : учеб. пособие / Г. Н. Новикова ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2013. - 139 с. - Библиогр.: с. 136-139. - ISBN 978-5-94778-320-9 : 120-.

Новикова, Г. Н.

Менеджмент творческо-производственной деятельности (технологии, ресурсы) [Текст] : учеб. пособие / Г. Н. Новикова ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2014. - 98 с. - Библиогр.: с. 93-98. - ISBN 978-5-94778-353-7 : 350-.

Ручкина, Гульнара Флюровна.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ПРАВО. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ [Электронный ресурс] : Учебник / Гульнара Флюровна ; Ручкина Г.Ф. - Отв. ред. - 2-е изд. ; пер. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2015. - 527. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-4628-4 : 1000.00.

Воротной, М. В.

Менеджмент музыкального искусства [Электронный ресурс] : [учеб. пособие] / М. В. Воротной ; Воротной М.В. - Москва : Планета музыки, 2013. - Допущено УМО по направлению «Педагогическое образование» Министерства образования и науки РФ в качестве учебного пособия для вузов, ведущих подготовку по направлению 050100 — «Педагогическое образование». - ISBN 978-5-8114-1576-2.

Список нормативных правовых документов:

Тульчинский, Григорий Львович.

Менеджмент в сфере культуры [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Тульчинский Григорий Львович, Шекова Екатерина Леонидовна ; Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. - Москва : Планета музыки, 2013. - 544 с. : ил. - (Учебники для вузов. Специальная литература). - Рекомендовано Министерством общего и профессионального образования Российской Федерации в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Культурология». - Библиогр. : с. 536-539. - Рек. М-вом образования РФ. - ISBN 978-5-8114-0517-6 : 406.01.

Шекова, Е. Л.

Управление учреждениями культуры в современных условиях [Электронный ресурс] : [учеб. пособие] / Е. Л. Шекова ; Шекова Е.Л. - Москва : Лань : Планета музыки, 2014. - ISBN 978-5-8114-1426-0.

Кокарев, И. Е.

Кино как бизнес и политика: Современная киноиндустрия США и России [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. Е. Кокарев ; Кокарев И. Е. - Москва : Аспект Пресс, 2009. - 346 с. - Базовая коллекция ЭБС "БиблиоРосика". - МГИК. - Менеджмент в сфере искусства и культуры. - ISBN 978-5-7567-0521-8.

Менеджмент и маркетинг в сфере культуры [Электронный ресурс] : [учеб. пособие] / Е. Л. Шекова [и др.] ; Е. Л. Шекова [и др.]; под ред. Е. Л. Шековой. - Москва : Планета музыки, 2012. - 152, [3] с. ; 21 см. - (Учебники для вузов. Специальная литература). - Библиогр.: с. 154 (5 назв.). - ISBN 978-5-8114-1383-6, 978-5-91938-068-9.

Артемьева, Татьяна Владимировна.

Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Татьяна Владимировна, Григорий Львович ; Т. В. Артемьева, Г. Л. Тульчинский; Высшая школа экономики (ГУ-ВШЭ). - Москва : Планета музыки, 2010. - 288 с. : ил. - (Учебники для вузов. Специальная литература). - ISBN 987-5-8114-1086-6.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

www.kinoproducer.ru

www.mkrf.ru

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующая информационная справочная система: электронно-библиотечная система eLibrary.

Доступ в ЭБС:

- ЛАНЬ Договор с ООО «Издательство Лань» Режим доступа www.e.lanbook.com Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
- ЭБС ЮРАЙТ, Режим доступа www.biblio-online.ru Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
- ООО НЭБ Режим доступа www.eLIBRARY.ru Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
- ЭБС Руконт Режим доступа <https://lib.rucont.ru/> Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
- ЭБС Универонлайн. Режим доступа <https://biblioclub.ru/> Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
- ЭБС IPR Smart <https://www.iprbookshop.ru/> Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекомендации для самостоятельной работы студентов по предмету

В процессе преподавания данной дисциплины учебный процесс построен посредством чтения лекций и проведения семинарских занятий. Семинарские занятия проводятся по наиболее

важным вопросам учебной программы. Тема семинарского занятия предварительно объявляется студентам, оглашаются вопросы для обсуждения. При необходимости даются рекомендации об использовании необходимых литературных источников, используется наглядный материал, позволяющий студентам лучше усвоить учебный материал.

В конце семинарского занятия подводятся итоги работы; обсуждается качество подготовки; степень усвоения знаний; активность; положительные стороны и недостатки в работе студентов.

Для лучшего усвоения данной дисциплины необходимо и подготавливаясь к занятиям недостаточно пользоваться только одним учебником, обязательно во время изучения темы должны использоваться монографии, журналы, учебные пособия и т.п.

Особое внимание следует обратить на актуальность изучаемой темы.

Самостоятельная работа студентов фактически является самообразованием. При этом роль преподавателя заключается в оказании консультативной и направляющей помощи студенту. Чаще всего преподаватель ставит перед студентами задачу самостоятельного нахождения тех или иных сведений.

Действия студентов должны быть направлены на нахождение информации, уяснения ее содержания и самостоятельное воспроизведение проработанного материала без опоры на текст. Следует иметь четкое представление о видах и формах записи при работе с литературными источниками; обратить внимание на формирование умения лаконично и точно излагать прочитанное, умения накапливать собственный материал для управленческой или научной работы. Рекомендуемыми формами контроля эффективности изучения дисциплины являются помимо семинарских занятий также написание самостоятельных письменных работ.

Виды самостоятельной внеаудиторной работы:

- повторение лекционного материала и материала учебников;
- подготовка к практическим заданиям.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

При чтении лекций по всем темам активно используется компьютерная техника для демонстрации слайдов с помощью программного приложения Microsoft PowerPoint. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения Microsoft Power Point, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

- сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- обработка текстовой, графической и эмпирической информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

Информационные справочные системы

В ходе реализации целей и задач учебной практики обучающиеся могут при необходимости использовать возможности информационно-справочных систем, электронных библиотек и архивов.

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс.
2. Информационно-правовое обеспечение Гарант.
3. IPRbooks.

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

- кабинет, располагающий компьютерной техникой, учебно-методической литературой, архивом дипломных и курсовых работ;
- просмотрные залы (DVD и кинопроекция);
- Учебная студия.

11. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ (ПРИ НАЛИЧИИ)

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по специальности: 55.05.04 Продюсерство.

Автор (ы) Акопян А.М.