

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ярошенко Николай Николаевич  
Должность: проректор по учебно-методической деятельности  
Дата подписания: 10.06.2026 15:36:34  
Уникальный программный ключ:  
25cc77c6d2a242799b1569189212ec549db4bb3f

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
Московский государственный институт культуры**

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

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ  
ПРОДВИЖЕНИЕ АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ**

**Направление подготовки: 52.03.06 Драматургия  
Профиль подготовки: Мастерство кинодраматурга  
Квалификация (степень) выпускника: бакалавр  
Форма обучения: Очная**

## **ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

*Цель освоения дисциплины.* В процессе освоения дисциплины «Продвижение аудиовизуальной продукции» студент на практике разрабатывает вместе с продюсерами аудиовизуального произведения экономическую и PR концепцию кино- и телепроекта, оптимальную тактику его подготовки и реализации; давать квалифицированную экономическую оценку творческим проектам; анализировать и решать организационно-творческие проблемы в целях создания наиболее благоприятных условий для процесса продвижения аудиовизуальной продукции; определять оценку постановочной сложности проекта и его сметной стоимости; оценивать степень возможного риска; принимать решения по наиболее рациональному использованию ресурсов; организовать комплекс мероприятий по изучению и мониторингу кинорынка с целью создания аудиовизуальной продукции на основе имеющегося спроса и эффективного продвижения готового фильма потребителю.

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.**

Методика преподавания дисциплины «Продвижение аудиовизуальной продукции» предполагает определенный объем самостоятельной работы студентов над заданиями преподавателей, такими как ознакомление с современными кинокомпаниями, механизмами финансирования и продвижения проекта, экономической составляющей современного кинопроизводства. Для оптимального усвоения студентами предмета «Продвижение аудиовизуальной продукции», успешного выполнения творческих заданий, настоятельной необходимостью является систематическое и по-настоящему заинтересованное чтение литературы по кинодраматургии. Тем более что такого рода чтение способствует не только успешному прохождению курса, но и значительно расширяет горизонты личностного роста студента. Список литературы подготовленной для самостоятельного изучения прилагается в виде «Дополнительного списка рекомендованной литературы». В рамках изучаемых тем в качестве самостоятельной работы предусмотрен систематический просмотр в домашних условиях новик киноискусства, наиболее прибыльных и удачных проектов, созданных за последний десяток лет, самостоятельный анализ экономического успеха.

Целью самостоятельной работы студентов является формирование творческого мышления и сознания, способствующих профессиональному ориентированию в современной культурной жизни. Самостоятельная работа студентов является важным дополнением к аудиторным занятиям и служит индивидуальному закреплению содержания курса. Целью самостоятельных

занятий является прежде всего самостоятельная работа с литературой по данной дисциплине, изучение различных подходов к исследованию режиссуры, самостоятельная работа над произведениями в различных жанрах. Особое значение имеет приобретение навыков самостоятельного изучения источников по теме и освоение теории и практики кинорежиссуры. При подготовке к семинарским занятиям рекомендуется использовать дополнительную литературу, способствующую более глубокому изучению курса. Допускается использование любых доступных изданий рекомендуемых источников и интернет-ресурсов.

Любой вид занятий, создающий условия для зарождения самостоятельной мысли, познавательной и творческой активности студента связан с самостоятельной работой. В широком смысле под самостоятельной работой понимают совокупность всей самостоятельной деятельности студентов как в учебной аудитории, так и вне ее, в контакте с преподавателем и в его отсутствие. Самостоятельная работа может реализовываться: непосредственно в процессе аудиторных занятий – на лекциях, практических занятиях, при выполнении творческих работ; в контакте с преподавателем вне рамок аудиторных занятий – на консультациях по творческим работам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.; в библиотеке, дома, в общежитии, на кафедре и других местах выполнения студентом заданий.

В процессе освоения дисциплины, студенту необходимо:

- быть в курсе современных новинок кинопроизводства;
- просматривать периодическую литературу, - читать отзывы, рецензии на фильмы, просматривать рейтинговые оценки;
- следить за кинопрокатной жизнью, - самостоятельно отслеживать кассовые проекты, следить за финансируемыми государством проектами, оценивать зрительские предпочтения;
- отличать запрограммированное на массовое восприятие жанровых клише от авторских открытий;
- самостоятельно участвовать в питчингах сценаристов, презентовать творческие работы;
- формировать навыки работы в творческой команде, получать опыт совместной работы над фильмом; и многое другое.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Продвижение аудиовизуальной продукции» обеспечивает:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе занятий лекционного и семинарского мелкогруппового типов;
- формирование навыков работы с периодической, научной литературой, текстами сценариев и информационными ресурсами Интернет;
- формирование творческого мышления и развития творческих навыков.

Система высшего образования базируется на оптимальном сочетании нескольких видов учебной деятельности, в том числе лекций, практических занятий и самостоятельной работы студентов. Последний компонент является основой полноценного образования: систематическая и планомерная самостоятельная работа и желание приобрести знания являются необходимым условием превращения студента в подготовленного специалиста. Поэтому стимулирование самостоятельной, индивидуальной работы студентов представляется одним из основных направлений в совершенствовании современного высшего образования.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов (далее самостоятельная работа студентов) – планируемая учебная, учебно-исследовательская, творческая работа студентов, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя. Внеаудиторная самостоятельная работа может осуществляться и без непосредственного участия преподавателя.

Самостоятельная работа студентов обычно складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: учебниками, учебными пособиями, практическими сценарными материалами, периодическим материалом из Интернета, а также проработка конспектов лекций;

- написание продюсерских разработок полнометражных и короткометражных фильмов, сценариев неигровых, документальных фильмов, многосерийных фильмов;

- разработка плана продюсерского продвижения аудиовизуального произведения;

- участие в практическом разборе творческих работ, обсуждении продюсерских ошибок; выработка соревновательного отношения к произведениям, беспристрастного разбора собственных произведений;

- подготовка к зачетам и экзаменам непосредственно перед ними.

Самостоятельная работа студентов является обязательной для каждого студента, а ее объем определяется Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования. В учебных планах на нее отводится не менее половины учебного времени.

В рамках изучаемых тем по «Продвижение аудиовизуальной продукции» в качестве самостоятельной работы предусмотрен систематический разбор фильмов с последующим их анализом и обсуждением на семинарских занятиях. В процессе выполнения самостоятельной работы студент овладевает умениями и навыками анализа продюсерских решений при постановке фильма. Проверка самостоятельной работы осуществляется по мере выполнения заданий на мелкогрупповых занятиях. При необходимости, студенту даются дополнительные домашние задания.

При проведении практических занятий студенты могут выполнять СРС как индивидуально, так и творческими группами, каждая из которых разрабатывает свой творческий проект (задачу). Публичное обсуждение и защита творческого проекта повышают роль СРС и усиливают стремление к ее качественному выполнению. Данная система организации практических занятий позволяет вводить в задачи творческие элементы, упрощать или усложнять творческие задания.

## **I. Виды самостоятельной работы**

### **1. Подготовка к практическим занятиям**

Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать направление работы над творческим проектом. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (озвученной преподавателем устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме подлежат необходимому освоению и внесению в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Проводимые в активной и интерактивной форме практические занятия должны воспитать в начинающих драматургах взискательное отношение к экономической стоимости постановкой сценария фильма и сложности дальнейшего продвижения проекта. Сценарий является неотъемлемым элементом кинопроизводственного процесса, в котором продюсер отвечает за финансирование проекта. Знание продюсерской деятельности поможет начинающим драматургам существенно сэкономить производство, иначе разрешить сцену или подобрать оптимальное решение постановки сценария. Умение работать с продюсером в жестких экономических условиях отечественного кинопроизводства, позволит иначе смотреть на сценарий, и умерить творческую неумную фантазию сценариста, адекватнее смотреть на реалии. Обучение драматургов механизмам продвижения аудиовизуальной продукции раскрывает общий горизонт их видения кинематографического процесса. В практических работах, выполняемых студентами, прочитывается предполагаемые меры по продвижению аудиовизуальной продукции. В процессе проведения мелкогрупповых занятий, студенты выполняют

продюсерский проект – описание механизмов продвижения аудиовизуальной продукции. Студенты должны научиться: инициировать творческие идеи художественных проектов в области кинематографии и телевидения; соучаствовать с авторами аудиовизуального произведения в разработке творческо-постановочной концепции кино- и телепроекта, оптимальной тактики его подготовки и реализации; осуществлять экспертную оценку художественных достоинств и зрительского потенциала кино- и телепроекта; давать квалифицированную оценку творческим проектным инициативам кинодраматургов, режиссеров-постановщиков, композиторов, кинооператоров, звукорежиссеров, артистов, других творческих работников и понимать ответственность за руководство реализацией художественных проектов в аудиовизуальной сфере.

В работе с текстами в процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и периодической) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной и справочной литературой, материалами периодических изданий и материалом из Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках подготовки творческих работ, выявить широкий спектр мнений по выполнению творческой деятельности.

## **2. Подготовка творческого проекта**

Творческий проект представляет собой законченную разработку проектной документации продвижения коротко, полнометражного художественного игрового/ документального/ телевизионного фильма по готовому либо предполагаемому аудиовизуальному произведению, предложенному педагогом индивидуально для каждого студента. Творческий проект состоит из следующих разделов:

1. Заключение по литературному сценарию, составленное по следующему плану: жанр будущего фильма, краткое содержание сценария, социальная значимость проекта, оценка будущей зрительской аудитории фильма, оценка того, насколько позиция авторов сценария соответствует нравственным нормам, принятым в цивилизованном обществе, характеристика сюжетной линии сценария (насколько она оригинальна, как развивается: динамично и внятно или запутанно и вяло, как она проработана), насколько оригинален сюжет, следует ли он признанным драматургическим образцам, каковы

характеры персонажей, характеристика основным действующим лицам, оценка диалогов (живые, современные или скучные, однообразные, натужные, косноязычные и т.д.), имеются ли афористические реплики, используется ли ненормативная лексика и насколько она уместна, насколько речь героев индивидуализирована, соответствует ли она задуманным характерам, психологическому строю, социальному положению, возрасту, эпохе или персонажи говорят невыразительным «усредненным» языком. В заключении студентом дается также предложение по названию фильма.

2. Показатели, отражающие постановочную сложность фильма, и их краткая характеристика: вид фильма, жанр фильма, система записи звука, носитель, декорационно-техническое оформление, состав исполнителей ролей, материально-техническое обеспечение, сроки производства (по этапам), объем натурных (с учетом сезонности), интерьерных и павильонных съемок, количество, сроки и удаленность киноэкспедиций, объем специальных съемок (компьютерная графика, спецэффекты), объем и виды трюковых съемок, характер музыкального оформления фильма и др.

3. Творческо-производственная разработка литературного сценария (посценовая и пообъектная разбивка сценария).

4. Определение плановых сроков производства производится по каждому технологическому этапу производства, при этом должно быть приведено обоснование устанавливаемых календарных сроков. Сводные данные о количестве объектов, сцен и характере их съемок.

5. Календарный план продвижения фильма – рынки контента, площадки продажи контента, стратегия продвижения проекта. Предполагаемая окупаемость проекта, исходя из затрат на производство.

6. Сводная предварительная себестоимость производства фильма (лимит затрат). Приводится по форме типовой группировки затрат на производство и реализацию фильмов. Окупаемость проекта по результатам продвижения.

7. Расчеты затрат по отдельным статьям и разделам предварительной плановой себестоимости производства фильма, включая коммерческие расходы.

Творческий проект предоставляется преподавателю для оценки общих знаний, полученных студентом в процессе изучения данной дисциплины. Преподаватель учитывает успешность реализации творческого проекта при выставлении дифференцированных оценок по зачету.

## **II. Вопросы для самостоятельного изучения курса и обсуждения на практических занятиях**

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 подготовительном 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. Условия дистрибьюторского процента. Тираж, количество копий, время показа.
  23. Комбинирование производства. Аренда, лизинг и франчайзинг.
  24. НАК (Национальная ассоциация кинотеатров). Крупнейшие операторы киносетей России.
  25. Характеристика современного телерынка.
  26. Программно-целевой принцип проката и показа аудиовизуального продукта на ТВ, целевой поддержки и другие формы поддержки киноискусства.
  27. Структура телевизионного вещания. Технический канал, центральный канал, региональный канал, кабельное ТВ, спутниковое вещание и др.
  28. Формы развития вторичного аудиовизуального рынка.
  29. Сущность, основные формы и показатели рекламных предприятий аудиовизуальной сферы. Формы производственно-творческих связей и кооперирования аудиовизуальной сферы.
  30. Классификатор средств рекламной информации.
  31. Реклама в предподготовительном и подготовительном периодах.
  32. Рекламная акция на федеральных каналах телевидения. Рекламная акция на радио. Реклама в имиджевой прессе.

### **III. Подготовка к зачету.**

#### **Методические указания студентам по подготовке к зачету**

По окончании курса предполагается зачет, для успешной сдачи которого студенту необходимо будет поэтапно и последовательно выполнить следующие задания:

- до зачета представить этапы работы над творческим проектом и сценарные материалы;
- во время зачета раскрыть вопрос и аргументировать свою позицию;
- во время зачета успешно сдать понятийный минимум по прослушанному курсу и ответить на вопрос (устно).

#### **Методические указания студентам по подготовке к зачету**

Для получения оценки «зачет» (15-30 баллов) студент должен продемонстрировать знание основной проблематики курса.

### **Вопросы к зачету**

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

16. Классификация артистических брендов (универсальный, коммерческий, социально-информационный, жанрово-позитивный, жанрово-негативный).
17. Фестиваль как средство продвижения. Классификация по масштабу проведения. Жанровые особенности. Фестиваль как индустрия. Циклы управления фестивалем.
18. Как разрабатывается рекламная кампания по прокату кинопродукции?
19. Какова роль фестивалей в развитии кинематографа?
20. Каковы основные обязанности прокатчика перед продюсером?

### **Критерии рейтинговой оценки на зачете:**

Критерии оценивания
1. Убедительность: - хорошее понимание вопроса, стремление разъяснить его с научных позиций.
2. Эмоциональность: - умение интересно подать материал, наличие личностного отношения к нему.
3. Характеристика изложения материала: - грамотность и логичность изложения материала.

### **ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### ***Список литературы и источников*** ***Основная литература:***

1. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. —

Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. —  
URL: <https://urait.ru/bcode/484940>

2. 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-.

3. 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.

### *Дополнительная литература:*

1. Алан Розенталь. Создание кино- и видеофильмов как увлекательный бизнес. – М.: Триумф; Жуковский: Эра, 2000 г.

2. Артюшин Л.Ф., Барский И.Д., Винокур А.И. Справочник кинооператора. М.: «Галактика-А», 1999 г.

3. Богданов М.А. Воплощение замысла изобразительно-декорационного решения фильма. М.: ВГИК, 1979 г.

4. Галуцкий Г.М. Экономика культуры. Учебное пособие. М.: 1995.

5. Глаголев А.И. Экономические отношения в художественной культуре. М.: 1991.

6. Грызунова О.И., Немировская М.Л. телевидение в России: обеспеченность населения телерадиопрограммами. Учебное пособие. М.: 1999.

7. Егоров Е. Телевидение между прошлым и будущим. М.: изд-во «Воскресенье», 1999.

8. Иванов Г.И., Шустов М.А. Экономика культуры: Учебные пособие для вузов.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.

9. А. В. Иванов. Постигание кинодраматургии, или Продюсер читает сценарий/ Учебное пособие. – М.: Галерея, 2007 г.

10. Ирвинг Дейвид К., Ри Питер В. Продюсирование и режиссура короткометражных кино- и видеофильмов / Пер. с англ. С. Биченко, М. С. Меньшиковой, под ред. Т. Н. Яковлевой – Нельсон. – М.: ГИТР, 2008 г.

11. 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.

12. КиноСтатистика 2007, 2008. Ежегодник о киноотрасли России. Movie Research Company. М. 2008,2009.

13. 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-.

14. Келлисон, К. Продюсирование на телевидении: практический подход/Кэтрин Келлисон; перевел с английского Б.С. Станкевич; науч. ред. В.Е. Максимков.- Минск: Гревцов Паблицер, 2008.
15. Кокарев И. Е. Кино как бизнес и политика: Современная киноиндустрия США и России: Учеб. пособие/И.Е. Кокарев.-2 изд., перераб.- М.: Аспект Пресс, 2009.
16. Комментарий к части четвертой гражданского кодекса Российской Федерации /Под ред. А.Л. Маковского; вступ. ст. В.Ф. Яковлева; Иссл. центр частн. права.- М.: Статут, 2008.
17. 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 "БиблиоРоссика". - МГИК. - Менеджмент в сфере искусства и культуры. - ISBN 978-5-7567-0521-8.
18. Комментарий к трудовому кодексу Российской Федерации (постатейный, научно-практический). Под ред. К.Я. Ананьевой. Вст. статья В.А. Рыбакова.-М.: ТОН – ИКФ ОМЕГА – Л., 2002
19. Коноплев Б.Н. Основы фильмопроизводства. М.; «Искусство», 1988 г.
20. Криштул Б.И. Кинопродюсер. М.: Российский Фонд культуры, «Русская панорама», 2000 г.
21. Криштул Б.И., Артемов В.И. В титрах последний. М.: «Русская панорама», 2002 г.
22. 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.
23. Макки Р. История на миллион долларов: Мастер-класс для сценаристов, писателей и не только / Роберт Макки; Пер. с англ. – М.: Альпина нон-фикшн, 2008.
24. 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.
25. 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-.
26. Гейтс Ричард. Управление производством кино- и видеофильмов: Пер. с англ. Е. Г. Шматрикова по ред. Б. И. Криштула и В. С. Калинина.- М.: ГИТР, 2005.

27. Общественный доклад о состоянии российской киноиндустрии, возможностях и перспективах ее развития до 2015 г. (результаты конференции-форума). М.2008.
28. Огурчиков И.К., Падейский В.В. Инвестирование продюсерских проектов в телевидении «Техника кино и ТВ», 1999, №7.
29. Профессия – продюсер кино и телевидения. Практические подходы: учебник для студентов вузов / под ред. В. И. Сидоренко, П. К. Огурчикова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010 г.
30. 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.
31. Сборник задач, тестов и заданий по основам продюсерства и менеджмента (Аудиовизуальная сфера). – М.: ВГИК, 2009 г.
32. Сидоренко В.И. Планирование сроков и стоимости производства фильмов.- М.: ВГИК, 2007
33. 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.
34. Словарь медиатерминов / ООО «Медиа Ресурсы Менеджмент». – Харьков: Фолио, 2009.
35. Фрумкин Г. М. Введение в сценарное мастерство: Учебное пособие для студентов вузов. – М. Академический проект; Альмамастер, 2005.
36. Основы продюсерства в аудиовизуальной сфере. Учебное пособие под. ред. д. э. н., проф. Г. П. Иванова, к. э. н. П. К. Огурчикова, к. э. н. В. И. Сидоренко. М.: 2003 г.
37. Основы кинофестивального менеджмента : учеб. пособие / Под ред. Г.А. Поличко. - М. : ГУУ, 2003. - 207с : схем. - Прил.: с.129-207. - ISBN 5-215-01442-6
38. Сидоренко В.И. Методы формирования ресурсов производства аудиовизуальной продукции в зарубежной практике. Учебное пособие. М.: ВГИК, 2000 г.
39. Сидоренко В.И. Планирование производственно-экономических и постановочных ресурсов при создании аудиовизуальной продукции в условиях рынка. Учебное пособие. М.: ВГИК, 2000 г.

40. 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

41. Чуковская Е.Э. Аудиовизуальный бизнес: договорное регулирование. М.: «РосКонсульт», 1999 г.

### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

Культура РФ: <https://www.culture.ru/>

Специальные информационные системы отрасли киноискусства:

1. Официальный сайт Молодежного центра Союза кинематографистов РФ <http://www.MovieStart.ru>
2. Сайт-справочник, каталог современного кинематографа kinopoisk.ru
3. Сайт-справочник, каталог современного кинематографа Kino-Teatr.ru
4. Интернет - версии журналов «Искусство кино», «Киноведческие записки», «Сеанс», «Кинопроцесс» <http://www.kinoart.ru>
5. Официальный сайт Фонда кино <http://www.fond-kino.ru>
6. Официальный сайт киностудии «Ленфильм» <http://www.lenfilm.ru/>
7. Официальный сайт киностудии «Мосфильм» <http://www.mosfilm.ru/>

Доступ в ЭБС:

ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ».

ООО «Издательство Лань».

ООО «Центральный коллектор библиотек «БИБКОМ».

*Ученая степень, звание, должность, Фамилия И.О.*

..... Акопян А.М.....