

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ярошенко Николай Николаевич  
Должность: проректор по учебно-методической деятельности  
Дата подписания: 10.06.2024  
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.**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ПРОДВИЖЕНИЕ АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ**

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

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

## 1. 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.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Продвижение аудиовизуальной продукции» входит в состав раздела Б1.В.ДВ и относится к дисциплинам по выбору ОПОП по специальности «Драматургия», специализация «Мастерство кинодраматурга».

Дисциплина «Продвижение аудиовизуальной продукции» изучается в 3 семестре.

Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения таких дисциплин, как: «Мастерство кинодраматурга», «Теория драматургии», «Введение в современный кинопроцесс», «Операторское мастерство», «Кинорежиссура».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Редактирование сценария», «Введение в современный литературный процесс». Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ООП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций УК-3 и ПК-7 в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по специальности *Драматургия*, специализация *Мастерство кинодраматурга*.

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).**

<b>Компетенция (код и наименование)</b>	<b>Индикаторы компетенции</b>	<b>Результаты обучения. Выпускник должен:</b>
<p><b>УК-3</b> Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>		<p>Знать: этику делового общения, нормы и правила профессионального взаимодействия; основы конфликтологии, психологии человеческих взаимоотношений, социального командного взаимодействия; понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности;</p> <p>Уметь: соответствовать этике делового общения, соблюдать нормы поведения, работать в команде, вести переговоры в профессиональной области; предотвращать конфликтные ситуации, находить компромиссные решения проблемы, снижать напряжение в коллективе;</p> <p>Владеть: искусством самообладания и выдержки, необходимыми знаниями для осуществления командного взаимодействия в профессиональной сфере, эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене</p>

		информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды, предвидит результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата;
<b>ПК-7</b> Способен демонстрировать знания и опыт в широком спектре диапазоне творческой, практической деятельности, позиционировать себя на рынке творческого труда	<p><b>ПК-7.1</b> Имеет представление об основных периодах производства при создании кино, телепроекта</p> <p><b>ПК-7.2</b> Умеет анализировать драматургические произведения в социально-историческом контексте и на этой основе применяет методы планирования творческо-производственного процесса</p> <p><b>ПК-7.3</b> Умеет определять постановочную сложность проекта и принимать решения по наиболее рациональному использованию ресурсов</p>	<p><i>Знать:</i> -теорию и практику продюсирования кино и телевидения; -особенности организации производственного процесса создания игровых, неигровых, анимационных и многосерийных телевизионных фильмов; -особенности ведения переговоров; - технологию презентации «сценарного питчинга» проекта; - особенности рынка творческого труда в различных видах искусства; -понимать, закреплять и развивать межличностные отношения в профессиональной среде.</p> <p><i>Уметь:</i> -инициировать творческие идеи художественных проектов в области кинематографии и телевидения; - определять оценку постановочной сложности проекта и его сметной сложности; - оценить степень возможности риска; -принимать решения по наиболее рациональному использованию ресурсов; -презентовать сценарный проект; - продемонстрировать авторский стиль;</p>

		<p>-соответствовать современным тенденциям развития драматургии</p> <p><i>Владеть:</i> -методами анализа произведений драматургии с позиции потенциального продюсерского риска;</p> <p>- методами оценки производственной стоимости проекта;</p> <p>- методами планирования творческо- производственного процесса;</p> <p>- механизмами привлечения внимания к производству драматургии на стадии питчинга проектов: референцы, дрим-каст, логлайн и хай-концепт, ноу-концепт и т.п.</p> <p>- способностью заинтересовать сотрудничеством потенциального работодателя</p>
--	--	---

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (модуля)

##### 4.1 Объем дисциплины (модуля)

Объем (общая трудоемкость) дисциплины «Продвижение аудиовизуальной продукции» составляет 2 зе (72 акад. часов), из них контактных - 34 акад.ч.; СРС - 38 акад.часов, контроль- зачет с оценкой.

##### 4.2. Структура дисциплины

Виды учебной деятельности	Всего	Семестры
		6
<b>Контактная работа обучающихся</b>	34	34
в том числе:		
Занятия лекционного типа	26	26
Занятия семинарского типа		
Практические занятия	8	8
Мелкогрупповые занятия		
<b>Самостоятельная работа</b>	38	38
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет с</b>	<b>Зачет с</b>

<b>(зачет, экзамен)</b>	<b>оценкой</b>	<b>оценкой</b>
Общая трудоемкость час, з.е.	72	72
	<b>2</b>	<b>2</b>

№ п / п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы*, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)/ с указанием занятий, проводимых в интерактивных формах						Формы текущего контроля успеваемо сти (по неделям семестра) Форма промежут очной аттестаци и (по семестрам )
				вс ег о	ЗЛ Т*	ЗС Т* *	Пр ак ти ч.	М ел ко гр уп .	СР С	
1	История продвижения российского рынка аудиовизуальной сферы.	6	1	2	2	-	-	-	-	
2	Производитель – прокатчик – демонстратор. Организационные и экономические связи.	6	2- 3	5	2	-	-	-	3	
3	Основные функции и цели продвижения аудиовизуального продукта к зрителю.	6	4- 5	5	2	-	-	-	3	
4	Варианты соглашений продюсера и дистрибьютера.	6	6- 7	5	2	-	-	-	3	
5	Создание независимой сети кинопоказа. Экономика проката.	6	8- 9	5	2	-	-	-	3	Рубежный контроль.
6	Продвижения аудиовизуального продукта на ТВ. Структура	6	10 - 11	7	2		2	-	4	

№ п / п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы*, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)/ с указанием занятий, проводимых в интерактивных формах						Формы текущего контроля успеваемо сти (по неделям семестра)	
	телевизионного вещания.										
7	Дистрибьюция продукта на вторичном рынке – рынке телевидения.	6	12	6	2	-	-	-	4		
8	Роль рекламы в продвижении аудиовизуального продукта.	6	13	9	2		2	-	4		
9	Этапы проведения рекламной кампании. Источники финансирования и оценка результативности.	6	14	7	2		-	-	4		
10	Интернет – технологии в продвижении аудиовизуального продукта.	6	15	9	2		2	-	2		
11	Классификация персонального бренда экранных исполнителей.	6	16	4	3	-	-	-	2		
12	Роль фестивальной деятельности. Этапы управления кинофестивальной сессии.	6	17	8	3	-	2		2		
		6	17	Форма проведения – зачет с оценкой						Ответы на вопросы	
Итого часов						72	26		8		38

#### 4.3. Содержание разделов дисциплины (модуля)

## **Тема 1. История продвижения российского рынка аудиовизуальной сферы.**

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.

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.

## **Тема 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.

## **Тема 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.

#### **Тема 4. Варианты соглашений продюсера и дистрибьютера.**

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.

#### **Тема 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.

#### **Тема 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.

#### **Тема 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.

### **Тема 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.

### **Тема 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).

## **Тема 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.

## **Тема 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).

## **Тема 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**

Для самостоятельной работы по дисциплине обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

1. Методические указания по освоению дисциплины Продвижение аудиовизуальной продукции.

2. Оценочные средства по дисциплине Продвижение аудиовизуальной продукции.

4. Тематические видео, фильмы DVD (предоставляется на кафедре киноискусства, кабинеты 424-426 3 учебного корпуса)

5. Учебные и документальные фильмы по изучаемым темам (предоставляется на кафедре киноискусства, кабинеты 424-426 3 учебного корпуса)

6. Документальные и игровые сценарии полнометражных и короткометражных фильмов, банк сценариев студентов МГИК (предоставляется на кафедре киноискусства, кабинет 426 3 учебного корпуса).

#### Применяемые образовательные технологии:

Процесс изучения дисциплины предусматривает контактную (работа на занятиях лекционного, семинарского, практического и мелкогруппового типов) и самостоятельную (самоподготовка к занятиям лекционного, семинарского, практического и мелкогруппового типов) работу обучающегося.

В качестве основной формы организации учебного процесса по дисциплине «Продвижение аудиовизуальной продукции» в предлагаемой методике обучения выступает использование активных и интерактивных форм проведения занятий (практические занятия, дискуссии, разбор конкретных продюсерских проектов) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. **Лекционные занятия** дают необходимый фундамент теоретических знаний по основам продвижения аудиовизуальной продукции, формируют словарный запас профессиональной деятельности, разбирают практические опыты продюсирования в отечественном кинопроизводстве, рассматриваются различные подходы и концепции оптимизирования затрат на производство, механизмы продвижения аудиовизуальной продукции, что способствует всестороннему развитию кругозора студентов. На лекционных занятиях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки. В результате освоения дисциплины студенты должны овладеть: теорией и практикой экономики кино и телевидения; современным состоянием аудиовизуальной сферы, ее жанровое и тематическое наполнение; основные направления развития и функционирования кино и телевидения; основные элементы построения систем кинематографии и телевидения; организацию производства аудиовизуальной продукции; технику, технологию и организацию создания кино-, теле- и видеопродукции; механизмы государственного регулирования

и экономической поддержки кинематографии и телевидения; особенности организации производственного процесса создания игровых, неигровых, анимационных и многосерийных телевизионных фильмов; зарубежный опыт организации кинопроцесса; организацию производства фильмов, создаваемых совместно с зарубежными кино- и телестудиями. За время лекционных занятий студенты должны научиться: разрабатывать вместе с авторами 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; овладеть методами экономического анализа произведений литературы и искусства; методиками разработки бизнес-плана, маркетинговой стратегией и тактикой.

Проводимые в активной и интерактивной форме **практические занятия** должны воспитать в начинающих драматургах взыскательное 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.

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 «Основы продюсерства», 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 разделе 8.1 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 жизни.

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

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

## **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.

При проведении аттестаций 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).

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования, описание шкал оценивания приводится в Фонде оценочных средств.

### 6.1. Система оценивания

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

### 6.2. Критерии оценки результатов по дисциплине

<b>Оценка по дисциплине</b>	<b>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине</b>
<b>«Отлично»/ зачтено</b>	Выставляется обучающемуся, если компетенция, закреплённая за дисциплиной, сформирована (по индикаторам/ результатам обучения в формате «знать-уметь-владеть») в полном объёме на уровне «высокий».  При этом студент глубоко и всесторонне усвоил проблему;

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;</li> <li>- опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью;</li> <li>- умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;</li> <li>- делает выводы и обобщения;</li> <li>- свободно владеет терминологией по дисциплине</li> </ul>
<p><b>«Хорошо»/ зачтено</b></p>	<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"> <li>- не допускает существенных неточностей;</li> <li>- увязывает усвоенные знания с практической деятельностью;</li> <li>- аргументирует научные положения;</li> <li>- делает выводы и обобщения;</li> <li>- владеет терминологией по дисциплине</li> </ul>
<p><b>«Удовлетворительно»/ зачтено</b></p>	<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"> <li>- допускает несущественные ошибки и</li> </ul>

	<p>неточности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- испытывает затруднения в практическом применении психологических знаний;</li> <li>- слабо аргументирует научные положения;</li> <li>- затрудняется в формулировании выводов и обобщений;</li> <li>- частично владеет терминологией по дисциплине</li> </ul>
<p><b>«Неудовлетворительно»/ не зачтено</b></p>	<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"> <li>- допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее;</li> <li>- испытывает трудности в практическом применении знаний;</li> <li>- не может аргументировать научные положения;</li> <li>- не формулирует выводов и обобщений;</li> <li>- не владеет терминологией по дисциплине</li> </ul>

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

Осуществляется контроль сформированности компетенции УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде ***и ПК-7*** Способен демонстрировать знания и опыт в широком

спектре диапазоне творческой, практической деятельности, позиционировать себя на рынке творческого труда.

**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**

**Контрольные вопросы для самостоятельной работы (в т.ч. подготовка рефератов и докладов):**

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. Как разрабатывается рекламная кампания по прокату кинопродукции?
23. Какова роль фестивалей в развитии кинематографа?
24. Каковы основные обязанности прокатчика перед продюсером?

**Примерные вопросы к рубежному контролю:**

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.

### **Примерные вопросы к зачёту с оценкой:**

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 подготовительном 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?

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **7.1. 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. Постижение 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 кинопроизводства. 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 Флюоровна. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ПРАВО. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ [Электронный ресурс] : Учебник / Гульнара Флюоровна ; 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.-Петербург. 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».

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

### **8.1. Общие указания и темы (планы) семинарских занятий**

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 «Основы продюсерства», 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 разделе 8.1 в виде «Дополнительного списка рекомендованной литературы». В рамках изучаемых тем в качестве самостоятельной работы предусмотрен систематический просмотр в домашних условиях новик киноискусства, наиболее прибыльны 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 жизни.

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

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

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.**

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Организации ([www.mgik.org/studentam](http://www.mgik.org/studentam)). Электронно-образовательная среда Института обеспечивает доступы: к учебному плану, рабочей программе дисциплины в электронной форме, к электронно-библиотечной системе института, содержащей учебно-методические материалы по дисциплине в электронной форме, к информационным

справочным системам, которые используются при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, посредством электронной информационно-образовательной среды института из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в том числе доступ к учебным планам (<http://www.mgik.org/sveden/education/uch-plan-2018/>), рабочим программам дисциплин, практик (<http://lib.mgik.org>), электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин и практик (<http://lib.mgik.org>); формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы (<http://mais.mgik.org/kafedry/kafedra-kinoiskusstva/>), формирование электронного портфолио обучающегося по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института (<http://mais.mgik.org/kafedry/kafedra-kinoiskusstva/>).

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

Офисные приложения: Microsoft Office Word, Microsoft Office Excel, Microsoft Office PowerPoint, пакет офисных программ Apache OpenOffice;

Редакторы видео: Adobe Photoshop, Adobe Premiere CC Pro, Adobe Elements;

Воспроизведение видео: VLC pleer, Power DVD, Media Player Classic.

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

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

Учебные занятия по дисциплине «Продвижение аудиовизуальной продукции» проводятся в следующих оборудованных учебных кабинетах, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением:

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования и программного обеспечения
Занятия лекционного типа	Аудитории, оснащенные проекционным оборудованием. Фильмотека кафедры киноискусства состоящая из современных фильмов на DVD и твердых цифровых носителях. Ноутбуки для чтения

	<p>дисков различных форматов.</p> <p>Для проведения мастер-классов: Просмотровые залы института (Красный зал, конференц-зал), оснащенные оборудованием, предоставляющим возможность воспроизведения на экране фильмов с разного рода носителей.</p>
<p>Занятия практического типа</p>	<p>Учебные аудитории, оборудованные видеопроекционными комплексами и теле-видеооборудованием (ТВ+DVD проигрыватель) для практической работы с кино-, видео- и мультимедиа материалами на DVD.</p> <p>Программное обеспечение (Adobe Photoshop, Adobe Premiere, Power DVD, Media Player Classic) для работы с изобразительным рядом кино-, телефильмов и мультимедиа в ходе лекций, семинаров и самостоятельных занятий, фильмотеку и видеотеку, укомплектованные в соответствии с программами курсов.</p> <p>Освоение дисциплины предполагает наличие для проведения практических занятий оборудование для съемок и монтажа, компьютер с установленным пакетом программ для звукозрительного монтажа.</p>
<p>Самостоятельная работа студентов</p>	<p>Библиотечно-информационный центр имеет 202 посадочных места, обслуживание студентов всех форм обучения бесплатно. Имеется сегмент сети, построенный на беспроводной технологии Wi-Fi.</p> <p>Основными источниками учебной информации в библиотечно-информационном центре университета являются учебники, учебные и методические пособия, монографии, методические указания к выполнению студентами всех видов работ, предусмотренных учебными планами, энциклопедические справочники, сборники законодательных актов, периодические издания. Используемый библиотечный фонд укомплектован печатными и электронными изданиями основной учебной литературы по дисциплинам базовой части всех циклов, изданными за последние 10 лет, из расчёта не менее 25 экземпляров данных изданий на каждые 100 обучающихся.</p> <p>Библиотечно-информационное обеспечение учебного процесса осуществляется Научной библиотекой МГИК. Общий фонд библиотечно-информационного центра составляет 608 459 экземпляров документов (2.867 названий), в том числе фонд художественной,</p>

	<p>учебной и учебно-методической литературы 115 827 экземпляров, фонд научной литературы – 452 902 экземпляров документов, фонд периодических изданий – 24 645 экземпляров и около 808 экземпляров электронных изданий</p> <p>Научная библиотека МГИК подключена к Научной электронной библиотеке «eLibrary.ru» (ЭБС), где предоставляется доступ к электронным версиям журналов, а также к другим электронно-библиотечным системам:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ACADEMIC STUDIES PRESS Biblio Rossica;</li> <li>2. ЮРАЙТ ИЗДАТЕЛЬСТВО;</li> <li>3. НЭБ «Национальная электронная библиотека»;</li> <li>4. ЭБС Издательства «ЛАНЬ»;</li> <li>5. ЭБС РУКОНТ.</li> </ol> <p>Образовательные порталы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Федеральный портал "Российское образование"</li> <li>2. Единое окно доступа к образовательным ресурсам</li> <li>3. Информационно-коммуникационные технологии в образовании</li> <li>4. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов</li> <li>5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов</li> </ol>
--	--

## **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;

- письменные задания выполняются на компьютере;

- 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 институтом, 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.

Составитель(и):

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

..... Акопян А.М., доцент кафедры киноискусства

.....