**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 6 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 компетенции ПК-7 в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по специальности *Драматургия,* специализация *Мастерство кинодраматурга.*

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Компетенция (код и наименование)** | **Результаты обучения.**  ***Выпускник должен:*** |
| ***ПК-7*** Способен демонстрировать знания и опыт в широком спектре диапазоне творческой, практической деятельности, позиционировать себя на рынке творческого труда | *Знать*: особенности ведения переговоров; технология презентации – «сценарного питчинга» проекта; особенности рынка творческого труда в различных видах искусства; понимать, закреплять и развивать межличностные отношения в профессиональной среде;  *Уметь*: презентовать проект, продемонстрировать авторский стиль, соответствовать современным тенденциям развития драматургии;  *Владеть*: механизмами привлечения внимания к произведению драматургии на стадии питчинга проектов: рефренсы, дрим-каст, тег, логлайг, месседж, хай-концепт, лоу-концепт и т.п.; способностью заинтересовать сотрудничеством потенциального работодателя, - производителя кинопродукции; |

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

***4.1 Объем дисциплины (модуля)***

Объем (общая трудоемкость) дисциплины «Продвижение аудиовизуальной продукции» составляет 2 зе (72 акад. часа), из них контактных - 30 акад.ч.; СРС - 42 акад.часов

***4.2. Структура дисциплины***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Виды учебной деятельности | Всего | Семестры |
| 6 |
| **Контактная работа обучающихся** | 30 | 30 |
| в том числе: |  |  |
| Занятия лекционного типа | 22 | 22 |
| Занятия семинарского типа | 4 | 4 |
| Практические занятия | 4 | 4 |
| Мелкогрупповые занятия |  |  |
| **Самостоятельная работа** | 42 | 42 |
| **Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)** | **Зачет** | **Зачет** |
| Общая трудоемкость час, з.е. | 72 | 72 |
| **2** | **2** |

| №  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 успеваемости (по неделям семестра)  Форма промежуточной аттестации (по семестрам) |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| всего | ЗЛТ\* | ЗСТ\*\* | Практич. | Мелкогруп. | СРС |
| 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 телевизионного вещания. | 6 | 10-11 | 7 | 2 | 1 | - | - | 4 |  |
| 7 | Дистрибьюция продукта на вторичном рынке – рынке телевидения. | 6 | 12 | 6 | 2 | - | - | - | 4 |  |
| 8 | Роль рекламы в продвижении аудиовизуального продукта. | 6 | 13 | 9 | 2 | 1 | 2 | - | 4 |  |
| 9 | Этапы проведения рекламной кампании. Источники финансирования и оценка результативности. | 6 | 14 | 7 | 2 | 1 | - | - | 4 |  |
| 10 | Интернет – технологии в продвижении аудиовизуального продукта. | 6 | 15 | 9 | 2 | 1 | 2 | - | 4 |  |
| 11 | Классификация персонального бренда экранных исполнителей. | 6 | 16 | 4 | 1 | - | - | - | 3 |  |
| 12 | Роль фестивальной деятельности. Этапы управления кинофестивальной сессии. | 6 | 17 | 8 | 1 | - | - |  | 3 |  |
|  |  | 6 | 17 | Форма проведения – зачет | | | | | | Ответы на вопросы |
| Итого часов | |  |  | 72 | 22 | 4 | 4 |  | 42 |  | |

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

*(дается в табличной или текстовой форме)*

**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 киновидеопродукции (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; современное состояние 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 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.

1. **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***

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

***6.2. Критерии оценки результатов по******дисциплине***

|  |  |
| --- | --- |
| **Оценка по**  **дисциплине** | **Критерии оценки результатов обучения по дисциплине** |
| **«Отлично»/ зачтено** | Выставляется обучающемуся, если компетенция, закрепленная за дисциплиной, сформирована (по индикаторам/ результатам обучения в формате «знать-уметь-владеть») в полном объеме на уровне «высокий».  При этом студент глубоко и всесторонне усвоил проблему;  - 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** | Выставляется обучающемуся, если компетенция, закрепленная за дисциплиной, сформирована (по индикаторам/ результатам обучения в формате «знать-уметь-владеть») на уровне «хороший».  При этом студент твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы;  - не допускает существенных неточностей;  - увязывает усвоенные знания с практической деятельностью;  - аргументирует научные положения;  - делает выводы и обобщения;  - владеет терминологией по дисциплине |
| **«Удовлетворительно»/ зачтено** | Выставляется обучающемуся, если компетенция, закрепленная за дисциплиной, сформирована (по индикаторам/ результатам обучения в формате знать-уметь-владеть) на уровне «удовлетворительный».  При этом тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть студент освоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы;  - 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** | 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.  Студент не усвоил значительной части проблемы;  - 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 |

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

Осуществляется контроль сформированности компетенции ***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 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?

**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 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.

**Примерные вопросы к зачёту:**

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?

1. **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. Экономическое отношения в художественной культуре. М.: 1991.
6. Грызунова О.И., Немировская М.Л. телевещание 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.: Галерия, 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 Паблишер, 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 c. - 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, обучающихсяпо 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»**

1. ЭБС Ю-райт
2. ЭБС ЛАНЬ
3. ЭБС IPR Media
4. ЭБС РУКОНТ
5. ЭБС Нексмедиа (Университетская библиотека онлайн)
6. Электронная библиотечная система Book.ru: **http://www.book.ru/**
7. Электронная библиотека диссертаций Российской Государственной библиотеки: **http://diss.rsl.ru/**
8. Университетская библиотека: **http://www.biblioclub.ru/**
9. Университетская информационная система России: **http://uisrussia.msu.ru/**
10. Электронный ресурс издательства Springer: **http://www.springerlink.com/**
11. Единое окно доступа к образовательным ресурсам: **http://window.edu.ru/**
12. Электронная библиотека IQlib: [**http://www.iqlib.ru/**](http://www.iqlib.ru/)
13. [www.kinoproducer.ru](http://www.kinoproducer.ru)
14. Сайт Министерства Культуры РФ www.mkrf.ru

**Перечень информационных технологий. Специальные информационные системы отрасли киноискусства:**

* + - 1. Официальный сайт Межрегионального профсоюза работников киноиндустрии и телерадиовещания [**http://www.profkino.ru/**](http://www.profkino.ru/)
      2. Официальный сайт Союза кинематографистов РФ **http://www.unikino.ru**
      3. Официальный сайт Молодежного центра Союза кинематографистов РФ **http://www.MovieStart.ru**
      4. Сайт-справочник, каталог современного кинематографа **kinopoisk.ru**
      5. Сайт-справочник, каталог современного кинематографа **Kino-Teatr.ru**
      6. Библиотекf киноискусства им. С.М.Эйзенштейна [**www.eisenstein.ru**](http://www.eisenstein.ru)
      7. НИИ Киноискусства **http://www.niikino.ru**
      8. Интернет - версии журналов «Искусство кино», «Киноведческие записки», «Сеанс», «Кинопроцесс» **http://www.kinoart.ru**
      9. Сценарный специализированный форум [**http://www.screenwriter.ru/**](http://www.screenwriter.ru/)**,** [**http://4screenwriter.wordpress.com/**](http://4screenwriter.wordpress.com/)**,** [**http://kinodramaturg.ru/http://dramaturgija-20-veka.ru/**](http://kinodramaturg.ru/http://dramaturgija-20-veka.ru/)
      10. Международная система **http://www.IMDB.com**
      11. Официальный сайт Фонда кино **http://www.fond-kino.ru**
      12. Официальный сайт киностудии «Ленфильм» [**http://www.lenfilm.ru/**](http://www.lenfilm.ru/)
      13. Официальный сайт киностудии «Мосфильм» [**http://www.mosfilm.ru/**](http://www.mosfilm.ru/)
      14. И иные сайты производящих кинокомпаний.
      15. В том числе сайты: [**http://cdkino.ru**](http://cdkino.ru)
      16. [**http://ruskino.ru/mov/year/**](http://ruskino.ru/mov/year/)
      17. [**http://basetop.ru/luchshie-serialyi**](http://basetop.ru/luchshie-serialyi)
      18. **http://www.sostav.ru/**

и иные информационные системы.

**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 Wогd, Microsoft Office Ехсеl, Microsoft Office PowегРоint, пакет офисных программ Apache OpenOffice;

Редакторы видео: Adobe Photoshop, Adobe Premiere СС 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 | 1. Аудитории, оснащенные проекционным обору­дованием. Фильмотека кафедры киноискусства состоящая из современных фильмов на DVD и твердых цифровых носителях. Ноутбуки для чтения дисков различных форматов.   Для проведения мастер-классов: Просмотровые залы института (Красный зал, конференц-зал), оснащенные оборудованием, предоставляющим возможность воспроизведения на экране фильмов с разного рода носителей. |
| Занятия практического типа | Учебные аудитории, оборудованные видеопроекционными комплексами и теле-видеооборудованием (ТВ+DVD проигрыватель) для практической работы с кино-, видео- и мультимедиа материалами на DVD.  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.  Освоение дисциплины предполагает наличие для проведения практических занятий оборудование для сьемок и монтажа, компьютер с установленным пакетом программ для звукозрительного монтажа. |
| Самостоятельная работа студентов | Библиотечно-информационный центр имеет 202 посадочных места, обслуживание студентов всех форм обучения бесплатно. Имеется сегмент сети, построенный на беспроводной технологии Wi-Fi.  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.  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, 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  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:  1. ACADEMIC STUDIES PRESS Biblio Rossica;  2. ЮРАЙТ ИЗДАТЕЛЬСТВО;  3. НЭБ «Национальная электронная библиотека»;  4. ЭБС Издательства «ЛАНЬ»;  5. ЭБС РУКОНТ.  Образовательные порталы:   * 1. Федеральный портал "Российское образование"   2. Единое окно доступа к образовательным ресурсам   3. Информационно-коммуникационные технологии в образовании   4. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов   5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов |

**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 ……………………..