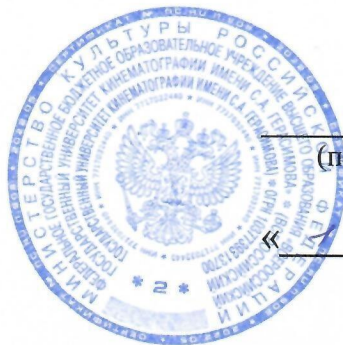


**Министерство культуры Российской Федерации**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Всероссийский государственный университет кинематографии  
имени С.А. Герасимова» (ВГИК)**

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор



*Зернова* И.В. Зернова  
(подпись)

« 02 » 2023г.

**ПРОГРАММА**  
**ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**  
**«ПРОДЮСЕРСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРОДВИЖЕНИЕМ**  
**АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ»**

Москва – 2023

Программа повышения квалификации: «Продюсерское управление продвижением аудиовизуальных проектов в цифровой экономике»

Составитель Н. Ромашин к.э.н., доцент Ромодановская Н.Б.

СОГЛАСОВАНО:

Проректор по развитию  
и цифровым технологиям

Р. Танчук /Танчук Р.С.

Руководитель проектного офиса

программы развития «Приоритет 2030» К.А. Мокров / Мокров К.А.

Начальник методического отдела В.В. Атаман / Атаман В.В.

Директор центра – Руководитель высших курсов

кино и телевидения

В.С. Зуйков / Зуйков В.С.

Декан продюсерского факультета Л.А. Ланина / Ланина Л.А.



## **1. Общая характеристика программы**

### **1.1. Нормативно-правовые основания разработки программы**

Нормативно-правовую основу разработки программы составляют:

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 29.12.2022) «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Министерства образования и науки РФ от 01.07.2013 г. № 499 (в ред. Приказа Минобрнауки РФ от 15.11.2013 № 1244) «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам» (зарегистрирован в Минюсте России 20.08.2013 № 29444);
- Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников культуры, искусства и кинематографии», утвержденный Приказом Минздравсоцразвития РФ от 30.03.2011 № 251Н (зарегистрирован в Минюсте России 24.05.2011 № 20835);
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - специалитет по специальности 55.05.04 Продюсерство, утвержденный Приказом Минобрнауки России от 01.08.2017 № 734 (ред. от 08.02.2021) (зарегистрирован в Минюсте России 21.08.2017 № 47889) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2021);
- Приказ Минтруда России от 08.09.2014 N 610н (в ред. Приказа Минтруда России от 12.12.2016 N 727н) «Об утверждении профессионального стандарта «Продюсер в области кинематографии» (Зарегистрировано в Минюсте России 10.10.2014 N 34288)

**1.2. Тип дополнительной профессиональной программы:** программа повышения квалификации.

**1.3. Программа направлена на:** совершенствование профессиональных компетенций и повышения профессионального уровня слушателей данной программы

**1.4. К освоению программы допускаются:** лица, имеющие высшее образование или среднее профессиональное образование.

**1.5. Срок освоения программы:** 36 акад. часов, которые включают время, выделенное на контактную и самостоятельную работу слушателя, также время, отводимое на итоговую аттестацию.

**1.6. Форма обучения:** данная программа реализуется в различных формах обучения: очная, очная с применением дистанционных образовательных технологий, очно-заочная с применением дистанционных образовательных технологий, дистанционная форма с отрывом и без отрыва от производства.

**1.7. Категория обучающихся:** все лиц, заинтересованные в получении профессиональных компетенций, соответствующие требованиям пункта 1.4.

**1.8. Форма аттестации обучающихся:** итоговая аттестация проходящая в форме зачета, на который выносится защита реферата.



**1.9. Документ о квалификации:** удостоверение о повышении квалификации образца, установленного ВГИК.

## **2. Цель и задачи реализации программы**

**Цель реализации программы:** совершенствование профессиональных компетенций и повышения профессионального уровня слушателей программы.

### **Задачи реализации программы:**

- расширение диапазона теоретических знаний и практических навыков слушателей в области продюсерской деятельности в рамках цифровой экономики;
- формирование умения идентификации и классификации проблем в области продюсерской деятельности в рамках цифровой экономики;
- освоение слушателями методик, технологий и приемов в области продюсерской деятельности в рамках цифровой экономики

## **3. Требования к результатам обучения**

В результате освоения образовательной программы слушатель должен:

### **знать:**

- особенности деятельности продюсера в рамках исполнения своих профессиональных обязанностей внутри цифровой экономики;
- методы и способы использования профессиональных компетенций продюсера в рамках исполнения своих профессиональных обязанностей внутри цифровой экономики;
- основы планирования и организации проектной деятельности продюсера в рамках исполнения своих профессиональных обязанностей внутри цифровой экономики;

### **уметь:**

- организовать и осуществить деятельности продюсера в рамках исполнения своих профессиональных обязанностей внутри цифровой экономики;

### **иметь практический опыт:**

- использования профессиональных навыков для решения задач, которые ставит перед продюсерами развитие цифровой экономики

## **4. Проектируемые результаты обучения**

Совершенствование знаний и навыков в рамках следующих профессиональных компетенций:

ПК-1	Организация кинопроизводства, регулирование финансовых, административных, технологических, творческих, юридических аспектов при создании цифрового интерактивного аудиовизуального произведения
	Организация и обеспечение технологического процесса



ПК-2	кинопроизводства цифровых интерактивных аудиовизуальных произведений
------	--

## 5. Содержание программы

### Учебно-тематический план программы повышения квалификации «ПРОДЮСЕРСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРОДВИЖЕНИЕМ ПРОЕКТОВ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ»

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего, час.	В том числе	
			лекции	практические занятия
1	2	3	4	5
<b>1.</b>	<b>Раздел 1. Мастерство продюсера. Организация продвижения проектов.</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	-
1.1.	Тема 1.1. Современный кинобизнес. Создание, продюсирование и продвижение аудиовизуальной продукции.	4	4	-
1.2.	Тема 1.2. Источники финансирования и ресурсная база продвижения аудиовизуального проекта.	2	2	-
1.3.	Тема 1.3. Представление проектов для потенциальных партнеров по производству и продвижению аудиовизуального проекта.	4	4	-
<b>2.</b>	<b>Раздел 2. Киномаркетинг в продюсерской деятельности.</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	
2.1.	Тема 2.1. Разработка стратегии маркетинга идеи, замысла, сценария	4	4	-
2.2.	Тема 2.2. Стратегия маркетинга в подготовительном периоде и этапах кинопроизводства и монтажа.	4	4	-
2.3.	Тема 2.3. Стратегия маркетинга и рекламы в прокате.	4	4	-
2.4.	Тема 2.4. Стратегия маркетинга и рекламы на этапе кинопоказа.	4	4	
2.5.	Тема 2.5. Маркетинговый анализ полнометражных проектов (игровых, документальных, анимационных), вышедших кинотеатральный прокат.	2	-	2
	<b>Самостоятельная работа для</b>	<b>6</b>	-	-



	<b>подготовки к аттестации</b>			
	<b>Итоговая аттестация</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
	<b>ИТОГО</b>	<b>36</b>	<b>26</b>	<b>2</b>

В процессе обучения демонстрируются материалы. Рассмотрение каждой темы сопровождается ответом на вопросы слушателей.

## 6. Материально-технические условия реализации программы

Наименование специализированных аудиторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
Аудитория	Лекции, практические занятия	<ul style="list-style-type: none"> <li>Компьютер, мультимедийный проектор, экран, доска;</li> <li>Оборудование для обеспечения занятий с использованием дистанционных образовательных технологий</li> </ul>

## 7. Учебно-методическое обеспечение программы

### Список литературы

#### 7.1 Основная литература.

1. Кинодистрибуция. Теория и практика. / под ред. В.И. Сидоренко, Л.А. Ланиной, Н.Б. Ромодановской. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2021. 399 с.
2. Кинопроект. Практикум начинающего продюсера. / под ред. В.И. Сидоренко. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2021. 415 с.
3. Основы фильмопроизводства. Техника и технология: учебное пособие / под ред. В.И.Сидоренко, П. К. Огурчикова – М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2017.
4. Продюсер и авторы визуального ряда фильма/ под ред. В.И.Сидоренко – М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2018.
5. Ресурсы кинобизнеса: учебное пособие / под общей редакцией В.И. Сидоренко, П.К. Огурчикова, М.В. Шадринной. М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2019. 351 с.
6. Сидоренко В.И. От идеи к бюджету фильма. – М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2016. 255 с.
7. Сидоренко В.И., Звегинцева Е.А., Гусева Л.А. Трудовые аспекты продюсирования/ под ред. В.И. Сидоренко. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. 303 с.
8. Управление проектом: учебное пособие / под ред. В.И. Сидоренко, Ю.В. Криволицкого, П.К. Огурчикова. М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2017. 303 с.

#### 7.2 Дополнительная литература

1. Котлер Ф., Шефф Д. Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств. Пер. с англ., М., 2004
2. Голубков Е.П. Маркетинг: Словарь терминов. – М. 2012



3. Майкл Портер Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов – М., 2016
4. Социология искусства. Учебник. Авторский коллектив. СПб. 2005
5. Кокарев И.Е. Кино как бизнес и политика. М.2009
6. Мартин Линдстром Buyology: Увлекательное путешествие в мозг современного потребителя. –М.2012
7. Клотер Рапай Культурный код. Как мы живем, что покупаем и почему. М-2015
8. Щепилов К.В. Медиаисследования и медиапланирование. – М. 2007
9. Эдвард Эпштейн Экономика Голливуда: На чем на самом деле зарабатывает киноиндустрия. – М.2011
10. Роднянский А.Е. Выходит продюсер. – М. 2013
11. Анита Элберс Стратегия блокбастера. – М. 2014
12. Роберт Родригес Кино без бюджета. – М. 2014
13. Дэвид Прайс Магия Ріхар. – М. 2012
14. Нил Гэблер Их собственная империя. – СПб. Искусство кино 1999
15. Кэтмелл, Уоллес Корпорация гениев. Как управлять командой творческих людей. - М.2015
16. Филип Котлер, Гари Армстронг, Вероника Вонг, Джон Сондерс Основы маркетинга, 5-е европейское издание. Пер. с англ., М., 2017

### **7.3 Список нормативных правовых документов**

1. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 317 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры». Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
2. Паспорт национального проекта «Культура» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 24.12.2018 № 16). Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.con>
3. Приказ Фонда кино от 18.01.2021 № 5 «Порядок и условия отбора организаций, осуществляющих показ фильмов, которым оказывается поддержка Федеральным фондом социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии в целях создания условий для показа национальных фильмов путем направления средств, источником финансового обеспечения которых является субсидия из федерального бюджета на поддержку кинематографии». [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.fond-kino.ru/>
4. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (в ред. От 95.12.2022 № 478-ФЗ).

### **7.4 Периодические издания**

1. Леонтьева К., Кузьмичев П. Как меняется кинозритель в России: демография, паттерны кинопотребления, сегментация. / К. Леонтьева, П. Кузьмичев. // Синемаскоп. Информационное издание компании



«НеваФильм». 2018. выпуск 1 (61). [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://research.nevafilm.ru/>

2. Журнал «Креативная экономика». [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://creativeconomy.ru/journals>

3. Вестник ВГИК

### **7.5 Электронные издания. Интернет-ресурсы**

1. Официальный сайт Федерального фонда социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.fond-kino.ru/>

2. Официальный сайт Ассоциации продюсеров кино и телевидения. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.rusproducers.com/>

3. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM научная электронная библиотека. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://ZNANIUM.COM>

4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://elibrary.ru>

5. [www.proficinema.ru](http://www.proficinema.ru)

6. [www.mkrf.ru](http://www.mkrf.ru)

7. [www.telead.ru](http://www.telead.ru)

8. [www.advesti.ru](http://www.advesti.ru)

9. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)

10. [www.adme.ru](http://www.adme.ru)

11. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)

12. [www.eventmarket.ru](http://www.eventmarket.ru)

## **8. Оценочные средства**

Оценка качества освоения программы осуществляется в соответствии с Положением об итоговой аттестации по программам дополнительного профессионального образования (утверждено Ученым советом ВГИК от 30.12.2018, протокол № 1, пункты 2.10, 2.11) и проводится в виде зачета на основе двухбалльной системы (зачтено/не зачтено) по итогам рассмотрения реферата, выполняемого слушателями по одной из тем предложенного перечня.

Форма зачёта – реферат (не более 4 страниц, 14 кегль, через 1 интервал, выполненный в программе Microsoft Word).

Реферат должен содержать 1-2 конкретных примера с исходными данными, приближенными к реальной практике профессиональной деятельности слушателя.

При написании работы от слушателя требуется проявление личного творчества. В этом состоит главное отличие данных форм обучения от обучения на лекционных и практических занятиях. Написание работы является важной составляющей обучения. Представление работы является обязательным и предусмотрено учебной программой.



Рефераты сдаются в формате файлов Word путем отправки на электронную почту преподавателя.

Слушатель считается аттестованным, если имеет положительные оценки (зачтено) по итогам рассмотрения реферата.

Перечень тем рефератов, вопросов, выносимых на аттестацию в форме зачета, приведен в Приложении 1.

### Примерные темы рефератов

1. Комплексное исследование кинорынка
2. Качество кинопродукта.
3. Понятие нового продукта в маркетинге на примере кино.
4. Товарно-знаковая символика и ее особенности при продвижении кинопродукта на российском рынке.
5. Анализ конкурентной среды российского кинорынка.
6. Стратегическое маркетинговое планирование в кино.
7. Конкурентоспособность кинопродукта.
8. Прогнозирование сбыта кинопродукции на внешних рынках.
9. Система формирования спроса на кинопродукт.
10. Маркетинговые коммуникации в кино.
11. Процедура разработка рекламных мероприятий в киноиндустрии.
12. Определение эффективности рекламных мероприятий.
13. Роль рекламы в продвижении кинопродукта.
14. Реклама на российском рынке: особенности и перспективы развития.
15. Public relations – технология популярности в кино.
16. Участие в отраслевых выставках и кинорынках – средство продвижения кинопродукта.
17. Всемирная сеть «Internet» – новый этап в развитии маркетинговых коммуникаций в киноиндустрии.
18. Система стимулирования сбыта кинопродукции.
19. Эффективность каналов товародвижения.
20. Спрос и методы его регулирования.
21. Дистрибьюция кино и ее особенности на российском рынке.
22. Кинопоказ в России: проблемы и перспективы.
23. Формирование ассортиментной политики кинопредприятия.
24. Коммуникационная политика кинопредприятий и ее особенности для российского рынка.
25. Организация маркетинговой деятельности на кинопредприятии.
26. Сегментирование рынка и демографический анализ киноаудитории.
27. Структура и стратегии глобальных потребительских рынков кино.
28. Анализ потребительских мотиваций и восприятия кинопродукта.
29. Влияние среды на поведение потребителя и объем киносмотрения.
30. Влияние рекламы на отношение и поведение потребителя и объем киносмотрения.