**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ**

**ОРГАНИЗАЦИИ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Факультет | ФТКТ |
| 2 | Направление подготовки  | 55.05.04 Продюсерство |
| 3 | Наименование дисциплины | Маркетинг, связи с общественностью и реклама в продюсерской деятельности |
| 4 | Курс(ы) обучения | 4 курс |
|  | ФИО преподавателя | Лысова Н. А. |
|  | Способ обратной связи с педагогом | Электронная почта педагога:Natali02.1977@mail.ru |
| 5 | Дополнительные материалы (файлы, ссылки на ресурсы и т.п.) | 1. Продюсерство. Управленческие решения [Электронный ресурс] : учеб. пособие / ред.: В.С. Малышев, ред.: Ю.В. Криволуцкий .— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015 .— 377 с. : ил. — (Медиаобразование) .— ISBN 978-5-238-02318-2 .— Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/358693>
2. Тульчинский, Г.Л. Менеджмент в сфере культуры [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, Планета музыки, 2013. — 544 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/13880> . — Загл. с экрана.
3. Тульчинский, Г.Л. Маркетинг в сфере культуры [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, Планета музыки, 2018. — 496 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/102506> . — Загл. с экрана.
 |
| 6 | Срок предоставления выполненного задания | По окончании периода дистанционного взаимодействия |

**Инструкция для студентов по выполнению задания**

Все задания должны быть выполнены в полном объеме в соответствии с требованиями и в указанный срок (см. таблицу). В случае затруднения при выполнении задания Вы можете обратиться к преподавателю за консультацией, используя тот способ связи, который указан в таблице.

Задания для 4 курса (группы 404 ПМ)

Задание № 1.

Подготовка к коллоквиуму «**Связь с общественностью и основные аспекты рекламы и продвижения товара».**

Предложить мероприятия по продвижению аудиовизуального произведения, над которым работает студент с режиссером и творческой и технической группами:

1. Предложить возможные мероприятия по созданию паблисити аудиовизуального произведения.
2. Предложить возможные мероприятия по созданию и поддержанию имиджа и репутации аудиовизуального произведения.
3. Предложить пиар-программу аудиовизуального произведения.
4. Предложить возможную рекламу аудиовизуального произведения с описанием возможных ее видов и способов трансляции массовой публике.