



**Помощь студентам  
онлайн! Без посредников!  
Без предоплаты!  
<http://diplomstudent.net/>**

**ТЕМА ВКР: ОРГАНИЗАЦИЯ PR-КАМПАНИИ ВСЕРОССИЙСКОГО  
СТУДЕНЧЕСКОГО ФЕСТИВАЛЯ КОРОТКОМЕТРАЖНОГО КИНО  
«КИНОСФЕРА»**

**Аналитическая глава ВКР: Студенческие кинофестивали в контексте  
кинофестивального движения**

**ГЛАВА 2. СТУДЕНЧЕСКИЕ КИНОФЕСТИВАЛИ В КОНТЕКСТЕ  
КИНОФЕСТИВАЛЬНОГО ДВИЖЕНИЯ**

**2.1. Анализ современных студенческих кинофестивалей в России**

**2.2. Анализ основных инструментов PR-кампании в сфере кинофестивального  
движения**

## **ГЛАВА 2. СТУДЕНЧЕСКИЕ КИНОФЕСТИВАЛИ В КОНТЕКСТЕ КИНОФЕСТИВАЛЬНОГО ДВИЖЕНИЯ**

### **2.1. Анализ современных студенческих кинофестивалей в России**

Проведем анализ современных студенческих кинофестивалей России. На сегодняшний день, наиболее популярными являются: Фестиваль видеотворчества «Черно-белая радуга»; Международный студенческий фестиваль короткометражного кино «СтудСINEMAФест»; Московский международный фестиваль короткометражных фильмов «Дебютное кино»; Московский фестиваль отечественного кино «Московская премьера»; Московский фестиваль авторского короткометражного кино «АРТ-ИЗО Фестиваль»; Молодежный фестиваль короткометражного кино «Память сердца»; Всероссийский конкурс независимых студенческих видеопроектов «Золотая Лента»; Международный фестиваль здорового и позитивного кино; Всероссийский Фестиваль студенческих фильмов и творческой фотографии «Золотая Пятёрка»; Всероссийский фестиваль игровых короткометражных фильмов «Встречи на Вятке»; фестиваль студенческих и дебютных фильмов «Святая Анна» и другие.

Основными требованиями участия в студенческих кинофестивалях являются следующие: участником фестиваля могут быть студенты высших учебных заведений и творческие объединения, в состав которых должен входить хотя бы один студент вуза; а также студенты и выпускники киновузов и киношкол, начинающие режиссеры. В некоторых фестивалях к участию принимаются участники в возрасте не старше 35 лет. К участию в конкурсной программе фестиваля принимаются фильмы, снятые студентами или дебютантами, продолжительностью не более 10-30 минут. Формат фильмов: DVD, BLUE RAY, HDD, AVI; CD-R; CD-RW; DVD-R; DVD-RW; Flash Drive (AVI); FLASH DRIVE. Основными категориями кинофестивалей являются: игровое кино, документальное кино, анимационное кино, дебютные фильмы (в зависимости от программы

фестиваля). Рассмотрим кратко характерные особенности наиболее популярных студенческих фестивалей кино, которые ежегодно проходят в России.

Фестиваль «Черно-белая радуга» впервые прошел в 2010 году в г. Тольятти.

Тогда он носил статус фестиваля непрофессионального кино, рис. 2.1.

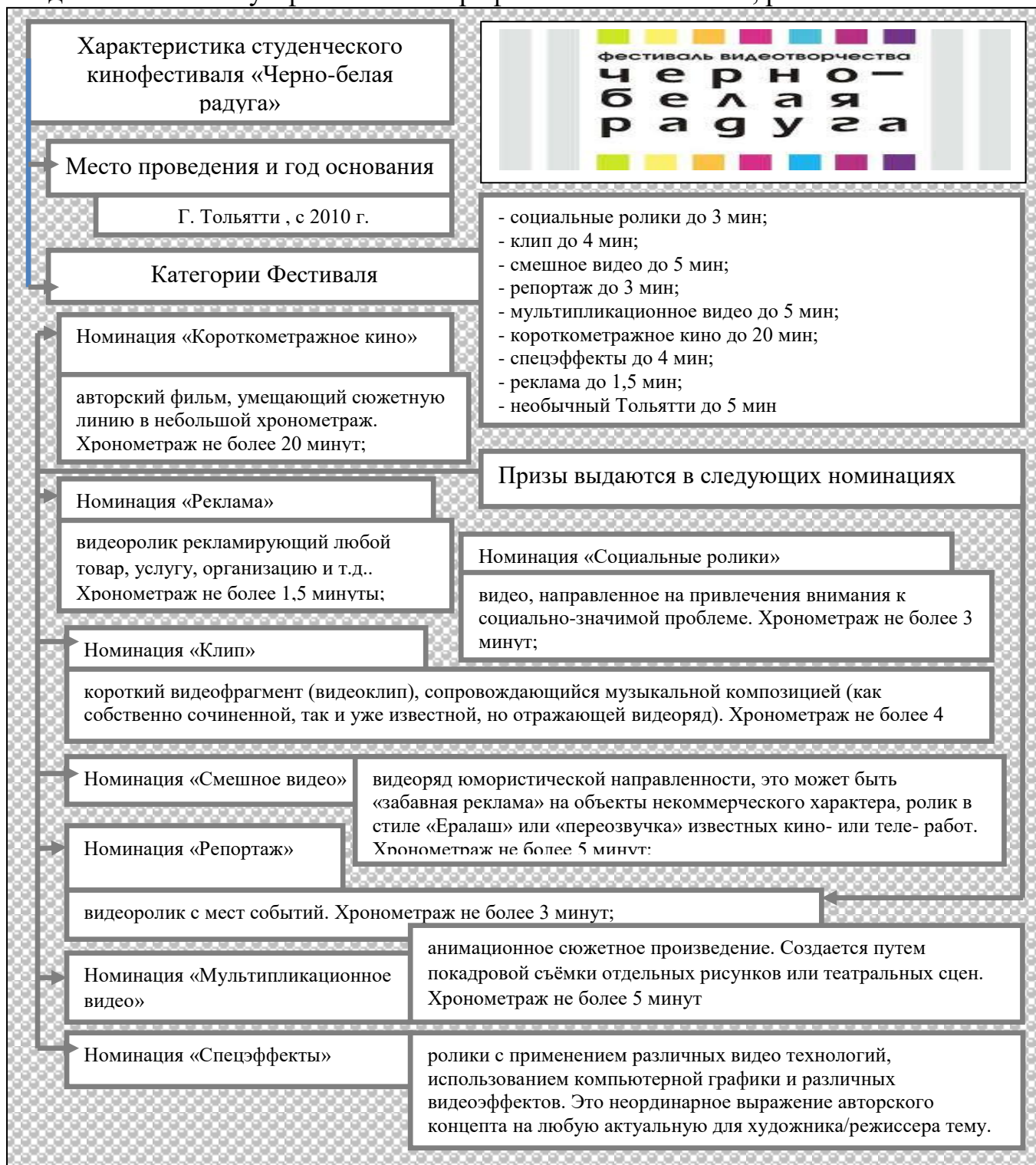


Рис. 2.1. Характерные особенности студенческого кинофестиваля «Черно-белая радуга»

Организаторами Фестиваля «Черно-белая радуга» являются - МБУ «Дом молодежных организаций Шанс» при поддержке комитета по делам молодежи мэрии городского округа Тольятти. Программа фестиваля включает в себя категории: короткометражное кино, реклама, спецэффекты, смешное видео, социальные ролики, репортаж и др. Следует отметить, что Фестиваль делится на 3 категории: категория «Любители», «Детские и молодежные телестудии» (до 17 лет включительно) и «Профессионалы» (от 18 до 35 лет). Призы выдаются в различных номинациях, рис.2.1. Сейчас фестиваль «Черно-белая радуга» продолжает расти и развиваться, при этом оставаясь демократичной площадкой для самовыражения.

Еще одним из популярных на сегодняшний день фестивалей кино среди студентов является- Международный студенческий фестиваль короткометражного кино «СтудCINEMAФест», который проходит в г.Москве с 2012г. «СтудCINEMAФест» - это фестиваль, направленный на развитие авторского и независимого кино. Главной целью фестиваля является поддержка молодых и независимых режиссеров, сценаристов, операторов, предоставление им возможности выхода к широкой аудитории, рис.2.2.

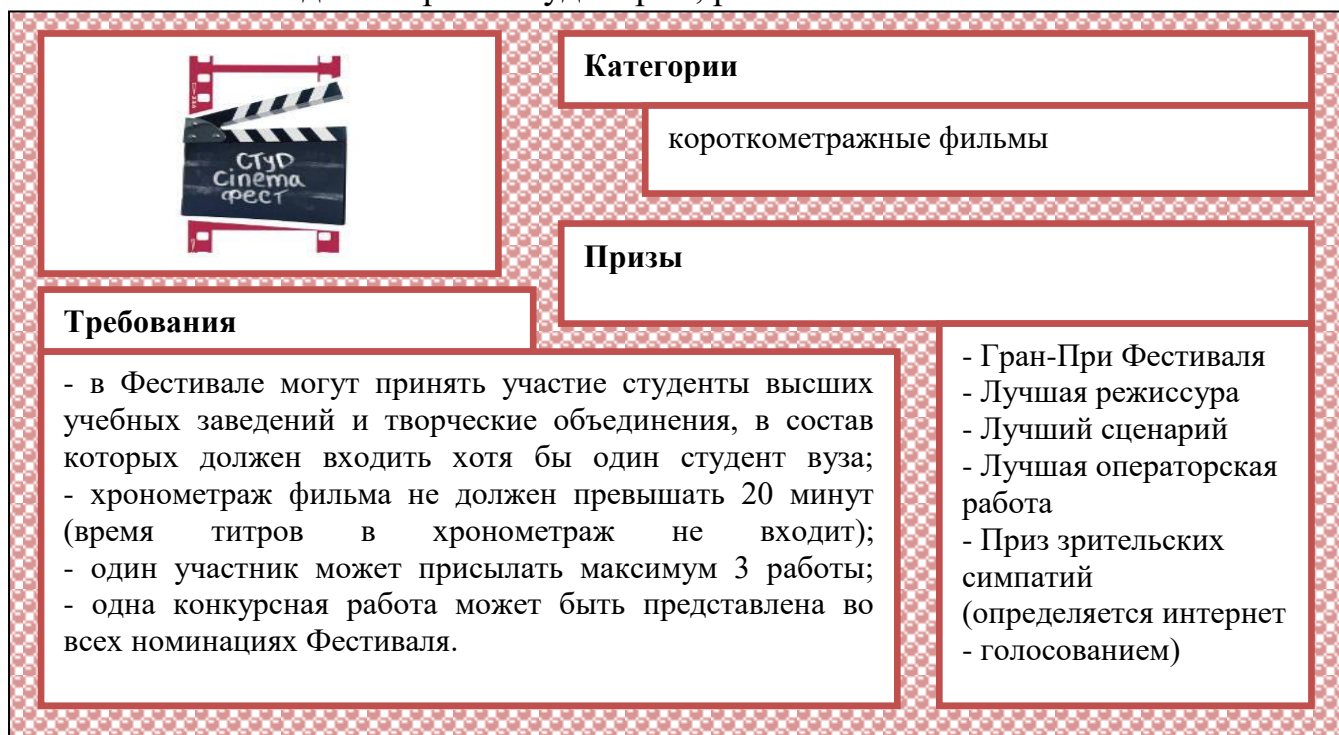


Рис.2.2. Характерные особенности студенческого кинофестиваля «СтудCINEMAФест»

Организатором Фестиваля «СтудСINEMAФест» является кинокомпания Ильи Шведова «Fran4Company». Призы кинофестиваля предусмотрены в номинациях: Гран-При Фестиваля лучшая режиссура ; лучший сценарий; лучшая операторская работа; приз зрительских симпатий (определяется интернет - голосованием) . [35]

Московский международный фестиваль короткометражных фильмов «Дебютное кино» также является студенческим и проходит с 2006 г. в Москве, рис.2.3.

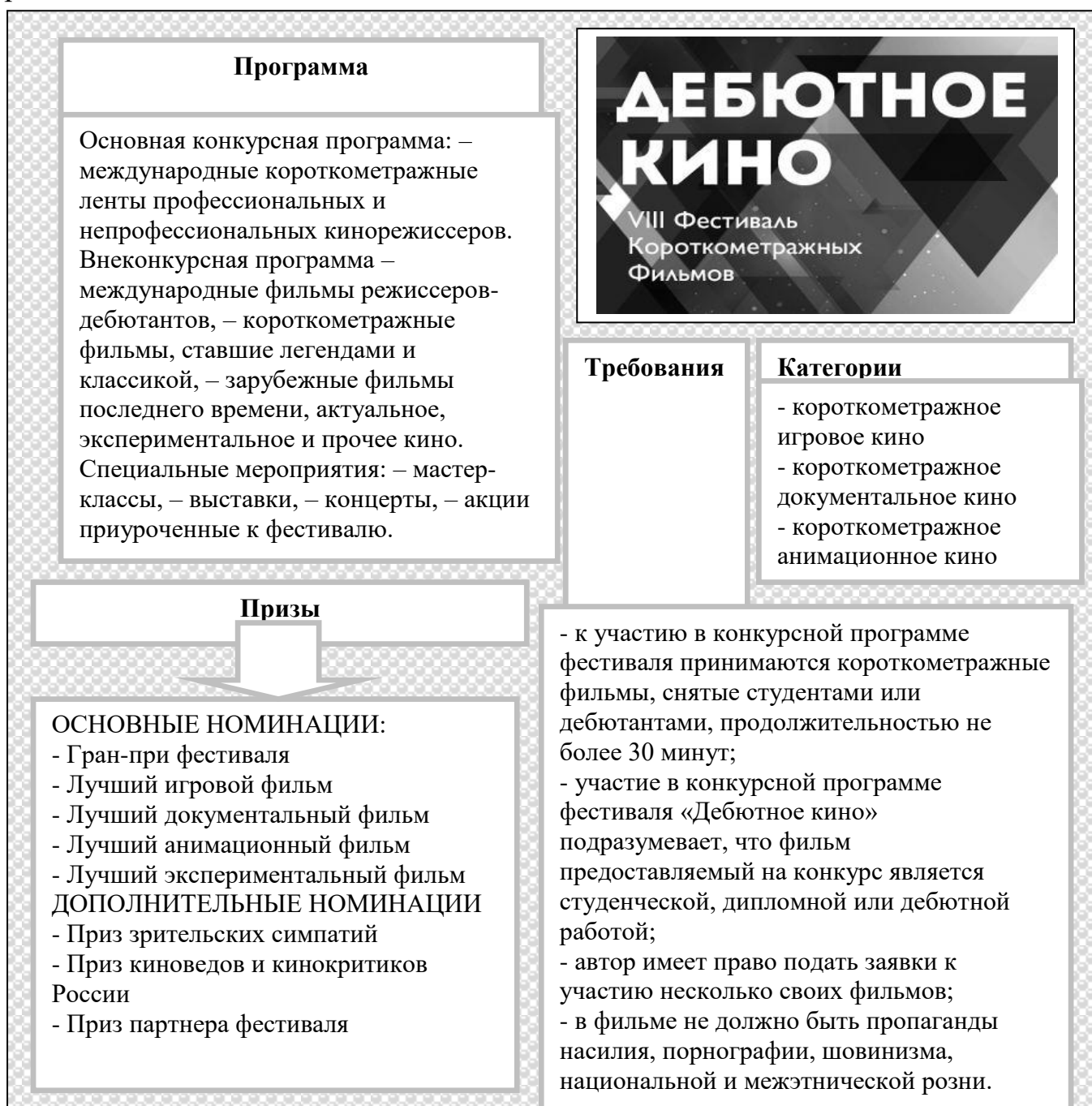


Рис.2.3. Характерные особенности студенческого кинофестиваля «Дебютное кино»

Идея фестиваля «Дебютное кино» – стать актуальной творческой площадкой для тех, кто не боится творить, раскрывать и развивать новые горизонты кинематографа. Жюри фестиваля «Дебютное кино» состоит из ярких представителей современной культуры, не являющихся профессиональными кинематографистами. В частности, членами жюри в разные года стали хореографы Александра Конникова и Альберт Альберт, архитектор Александр Цимайло, художник Джим Авиньон (Jim Avignon), театральный режиссер и сценограф Филипп Григорьян, художник Александр Шабуров и др. Организатором фестиваля «Дебютное кино» является Департамент культуры города Москвы ГБУК города Москвы «Московское кино».

Московский фестиваль отечественного кино «Московская премьера» также является студенческим и проходит в Москве с 2003 г., представляет собой конкурсный смотр отечественного кино, который проходит в конце августа-начале сентября ежегодно, рис.2.4.


 <p>11-й МОСКОВСКИЙ ФЕСТИВАЛЬ ОТЕЧЕСТВЕННОГО КИНО «МОСКОВСКАЯ ПРЕМЬЕРА»</p>	<p><b>Категории</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Полнометражные фильмы;</li> <li>- Короткометражные фильмы;</li> <li>- Анимационные фильмы;</li> <li>- Дебютные фильмы.</li> </ul>
<p><b>Программа</b></p> <p>«Великолепная семерка «МК» (фильмы широкой зрительской направленности) «Наше новое детское кино» (фильмы для всей семьи) «Арт-линия» (неформатные, в том числе документальные, анимационные, студенческие фильмы)</p>	
<p><b>Призы</b></p> <p><u>Конкурс зрительских симпатий «Великолепная семерка «МК»:</u> Гран-при за лучший фильм; Главный приз жюри газеты «Московский комсомолец»; Приз за лучшую женскую роль имени Натальи Гундаревой; Приз за лучшую мужскую роль имени Михаила Ульянова.</p> <p><u>Конкурс зрительских симпатий «Арт-линия»:</u> Приз за лучший полнометражный фильм; Приз за лучший анимационный фильм; Приз за лучший короткометражный фильм; - Приз жюри кино клубов.</p>	

Рис.2.4. Характерные особенности студенческого кинофестиваля «Московская премьера»

В программе фестиваля «Московская премьера» показы премьерных фильмов отечественного производства в традиционных тематических блоках: «Великолепная семерка «МК» (фильмы универсальной зрительской направленности), «Арт-линия» (неформатные фильмы экспериментальной направленности) и другие, рис.2.4. Организаторами кинофестиваля «Московская премьера» являются: Президент фестиваля-Алексей Баталов ; Председатель жюри газеты «Московский комсомолец» - Петр Спектор; Худрук и генеральный продюсер- Вячеслав Шмыров; Программный директор- Ольга Галицкая . [35]

Еще одним студенческим фестивалем, который проходит ежегодно в Москве с 2011 г., является Московский фестиваль авторского короткометражного кино «АРТ-ИЗО Фестиваль» , рис.2.5.


	<p><b>Категории</b></p> <p>Игровое короткометражное кино; Документальное короткометражное кино; Экспериментальное короткометражное кино; Анимационное короткометражное кино</p>
<p><b>Программа</b></p>	<p><b>Призы</b></p> <p><u>Основные призы:</u>          - «Гран-при» (лучший фильм фестиваля); «Лучший короткометражный фильм до 5 мин.»; «Лучший игровой короткометражный фильм до 15 мин.»; «Лучший игровой короткометражный фильм до 30 мин.»; «Лучший документальный фильм до 30 мин.»; «Лучший экспериментальный фильм»; «Лучший анимационный фильм»          - «Лучшая режиссура»; «Лучший сценарий»; «Лучшая операторская работа»; «Лучшая актёрская работа»; «Лучший видеоклип»  <u>Специальные призы:</u> Приз жюри:          - «Специальный приз жюри»  <u>Призы от организаторов:</u>          - «За выдающийся вклад в развитие авторского кино в России»; «За инновации в кино»; «Лучший фильм по мнению организаторов фестиваля «АРТ-ИЗО Фестиваль» .  <u>Приз зрителей:</u>          - «Приз зрительских симпатий».</p>
<p>Основной конкурс фильмов: Сверхкороткий метр до 10 минут (15 фильмов); Игровые короткометражные фильмы до 20 минут (10 фильмов); Игровые короткометражные фильмы до 30 минут (15 фильмов); Документальные короткометражные фильмы до 30 минут (15 фильмов); Анимационные фильмы (15 фильмов); Экспериментальные фильмы до 15 минут (10 фильмов); Видеоклипы.          Внеконкурсный показ фильмов: Показ всех достойных работ, не вошедших по каким-либо причинам в Основной конкурс ; Ретроспективные показы известных лишь узкому кругу картин, ныне известных, состоявшихся отечественных режиссёров (учебные работы: дипломные, курсовые и т.д.); Ретроспективные показы классики короткометражного кино; Специальные программы партнёров фестиваля .          Эксклюзивные дополнительные проекты Фестиваля: Круглый стол ; Мастер-классы известных кинематографистов России ; Технические мастер-классы, презентующие новинки кинотехники, новейшие программы; Презентации книг о кино .</p>	

Рис.2.5. Характерные особенности студенческого кинофестиваля «АРТ-ИЗО Фестиваль»

Фестиваль Art-Izo-Fest – представляет собой яркое и авангардное событие, в котором намешано всё самое интересное и актуальное – это киноконкурсы, выступления артистов, выставки, лекции и творческие встречи. Главное, что объединяет фестивальный контент – это то, что он создан или придуман командой профессионалов. Цель «АРТ-ИЗО Фестиваля»– возрождение авторского кино в России, стимулирование открытий в киноязыке, привлечение внимания к авторскому и экспериментальному кино путём популяризации авторских короткометражных фильмов, созданных студентами киношкол и независимыми авторами.

Молодежный фестиваль короткометражного кино «Память сердца» ежегодно проходит в г. Всеволожск с 2011 г., рис.2.6.

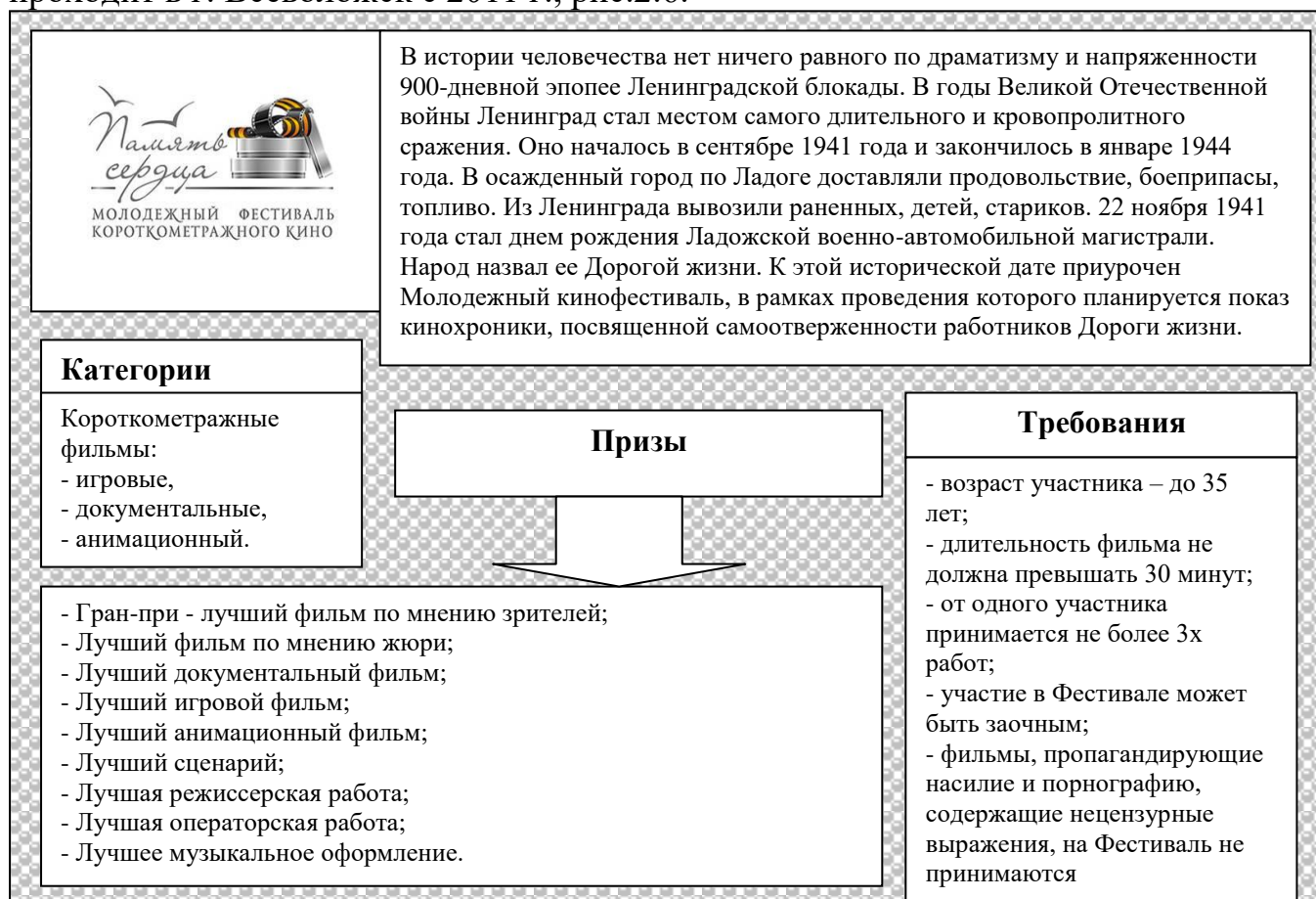


Рис.2.6. Характерные особенности студенческого кинофестиваля «Память сердца»

Целью кинофестиваля «Память сердца» является привлечение молодых режиссеров, сценаристов и операторов короткометражных игровых,



документальных и анимационных фильмов, а также привлечение молодого зрителя к документальным фильмам. [49]

Не менее известным студенческим проектом в сфере кинофестивального искусства является- Всероссийский конкурс независимых студенческих видео-проектов «Золотая Лента», который проходит ежегодно в Томске с 2009 г. В 2009 году проект «Золотая лента» стал победителем смены «Артпарад» и форума «Селигер-2009», а в 2010-ом вошел в тридцатку лучших молодежных проектов России, рис.2.7.


	<h3>Категории</h3> <p>Художественный фильм; Документальный фильм; Анимация; Артхаус; Музыкальный клип; Юмористическое видео; Репортаж; Социальная реклама; Реклама; Компоузинг и 3D-графика; Stop-motion.</p>
<h3>Призы</h3>	<h3>Требования</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>- В конкурсе могут принимать участие студенты, студенческие организации всех высших и средних профессиональных учебных заведений вне зависимости от получаемой специальности (т.к. все работы, участвующие в конкурсе делятся на две категории: 1-выполненные студентами-профессионалами, т.е. студентами, профильно-обучающимися на специальностях, связанных с кинематографом и телевидением и 2 - студентами-любителями, т.е. студентами, обучающимися на специальностях не связанных с кинематографом и телевидением);</li> <li>- Количество работ, принимаемых от одного коллектива, не ограничено. Работы в заочном туре участвуют в Конкурсе без личного присутствия авторов на Конкурсе. Допускается участие одной и той же работы сразу в нескольких направлениях, номинациях Конкурса;</li> <li>- Допускается как личное участие, так и участие авторского коллектива (до 7 человек).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- «Гран-при конкурса «Золотая лента» (студенты-профессионалы);</li> <li>- «Гран-при конкурса «Золотая лента» (студенты-любители);</li> <li>- «Лучшее художественное видео» (студенты-профессионалы);</li> <li>- «Лучшее художественное видео» (студенты-любители);</li> <li>- «Лучшее документальное видео» (студенты-профессионалы);</li> <li>- «Лучшее документальное видео» (студенты-любители);</li> <li>- «Лучшее юмористическое видео» (студенты-профессионалы);</li> <li>- «Лучшее юмористическое видео» (студенты-любители);</li> <li>- «Лучший компоузинг и 3D-графика» (студенты-профессионалы);</li> <li>- «Лучший компоузинг и 3D-графика» (студенты-любители);</li> <li>- «Лучшая социальная реклама» (студенты-профессионалы);</li> <li>- «Лучшая социальная реклама» (студенты-любители);</li> <li>- «Лучший репортаж» (студенты-профессионалы);</li> <li>- «Лучший репортаж» (студенты-любители);</li> <li>- «Лучший музыкальный клип» (студенты-профессионалы);</li> <li>- «Лучший музыкальный клип» (студенты-любители);</li> <li>- «Лучшая реклама». «Лучшая анимация»;</li> <li>- «Лучшее Арт-хаус видео»;</li> <li>- «Лучший Stop-motion»;</li> <li>- «Лучшее видео, посвященное 67-летию Победы в ВОВ».</li> </ul> <p><u>Специальные номинации Конкурса «Золотая лента»:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- «Лучшая операторская работа»;</li> <li>- «Лучшая режиссерская работа»;</li> <li>- «Лучшая актерская работа»;</li> <li>- «Лучший видеомонтаж»;</li> <li>- «Лучший сценарий»;</li> <li>- «Самая креативная работа»;</li> <li>- «Лучшая экспромтная работа»;</li> <li>- «Приз зрительских симпатий».</li> </ul>	

Рис.2.7. Характерные особенности студенческого кинофестиваля «Золотая Лента»

Студенческий Фестиваль здорового и позитивного кино, ежегодно проходит с 1999 г. в Санкт-Петербурге. Основная задача фестиваля и клуба «Здоровое кино» - поиск и популяризация кино – видео - работ, имеющих здоровое, а также позитивное содержание, общение режиссеров и зрителей, рост мастерства авторов фильмов. Возраст участников не ограничен, рис. 2.8.


	<p><b>Категория</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Любительские фильмы;</li> <li>- Авторские фильмы;</li> <li>- Студенческие работы;</li> <li>- Работы дипломированных режиссеров;</li> <li>- Игровые;</li> <li>- Документальные;</li> <li>- Клипы;</li> <li>- Анимация.</li> </ul>
	<p><b>Требования</b></p>
<p><b>Призы</b></p>	<p>- основное требование - здоровое и позитивное содержание; Наличие позитивных и здоровых идей приветствуется. Здоровое и позитивное содержание трактуется авторами по-разному, поэтому организаторы стараются всесторонне рассматривать предлагаемые авторами фильмы и при отборе не проявлять формализма;</p> <p>- к конкурсу не допускаются работы, содержащие нецензурные слова и выражения, рекламу алкоголя и других наркотических средств, неуместные изображения эротического характера, откровенные и неоправданные сцены насилия, неуместные сцены курения и употребления алкоголя и других наркотиков героями фильмов, другие моменты, противоречащие существующему законодательству и т.п.;</p> <p>- длительность фильма может быть любой.</p>
<p>Победителям и призерам выдаются дипломы . Победителя фестиваля определяют зрители (среди них на общих основаниях - известные кинолюбители и профессионалы кино), которые обсуждают представленные работы, отмечают положительные и отрицательные стороны фильма и дают общую оценку.</p>	
<p>Организаторы</p>	
<p>Президент фестиваля - Юрий Алексеевич Потапенко</p>	
<p>Формат</p>	<p>DVD</p>

Рис.2.8. Характерные особенности студенческого фестиваля Здорового и ПОЗИТИВНОГО КИНО

В 1999 г. начал свою работу еще один студенческий фестиваль, который имеет название «Золотая Пятерка». Он ежегодно проходит в г. Химки Московской области, рис.2.9.



Рис.2.9. Характерные особенности студенческого кинофестиваля «Золотая Пятерка»

Фестиваль «Золотая Пятерка» возник по инициативе студентов и педагогов кафедр киноискусства и фотомастерства Московского государственного университета культуры и искусств, Фестиваль за годы своего существования приобрел статус презентационной площадки для амбициозных работ участников из Москвы, Санкт-Петербурга, Воронежа, Нижнего Новгорода, Екатеринбурга и других городов России и ближнего зарубежья. Творческое поле Фестиваля дает возможность не только представить авторскую работу на суд жюри, в число которых входят заслуженные деятели искусств, но и посетить мастер-классы, раскрывающие все тонкости профессии, ведущими которых, по сложившейся

традиции, становятся уже добившиеся успеха режиссеры, продюсеры, операторы, критики и фотографы, чьими работами пестрят современные журналы.

Открытый молодежный Арт-фестиваль «Бульвар Искусств» начал свою историю с 2008 г. и ежегодно проходит в Москве. Фестиваль проходит при поддержке Правительства Москвы на бульварах Москвы, которые на целый день становятся открытой творческой площадкой для молодых, активных и талантливых. Основные темы фестиваля: кино и литература, музыка и танцы, мода и живопись, ремесло и hand-made, рис.2.10.



Рис.2.10. Характерные особенности студенческого кинофестиваля «Бульвар Искусств»

Всероссийский фестиваль игровых короткометражных фильмов «Встречи на Вятке» впервые прошел в 2004 г. в г. Киров. На фестивале одновременно участвуют три категории кинематографистов - это любители, детские студии, профессионалы.

А объединяющим началом является конкретный жанр - игровое короткометражное кино. В процессе работы фестиваля происходит активное взаимовыгодное общение. Любители смотрят фильмы и учатся у профессионалов, а профессионалы заряжаются задором и энтузиазмом у любителей. Всё это способствует развитию жанра и повышению профессионального уровня создаваемых работ, рис. 2.11.

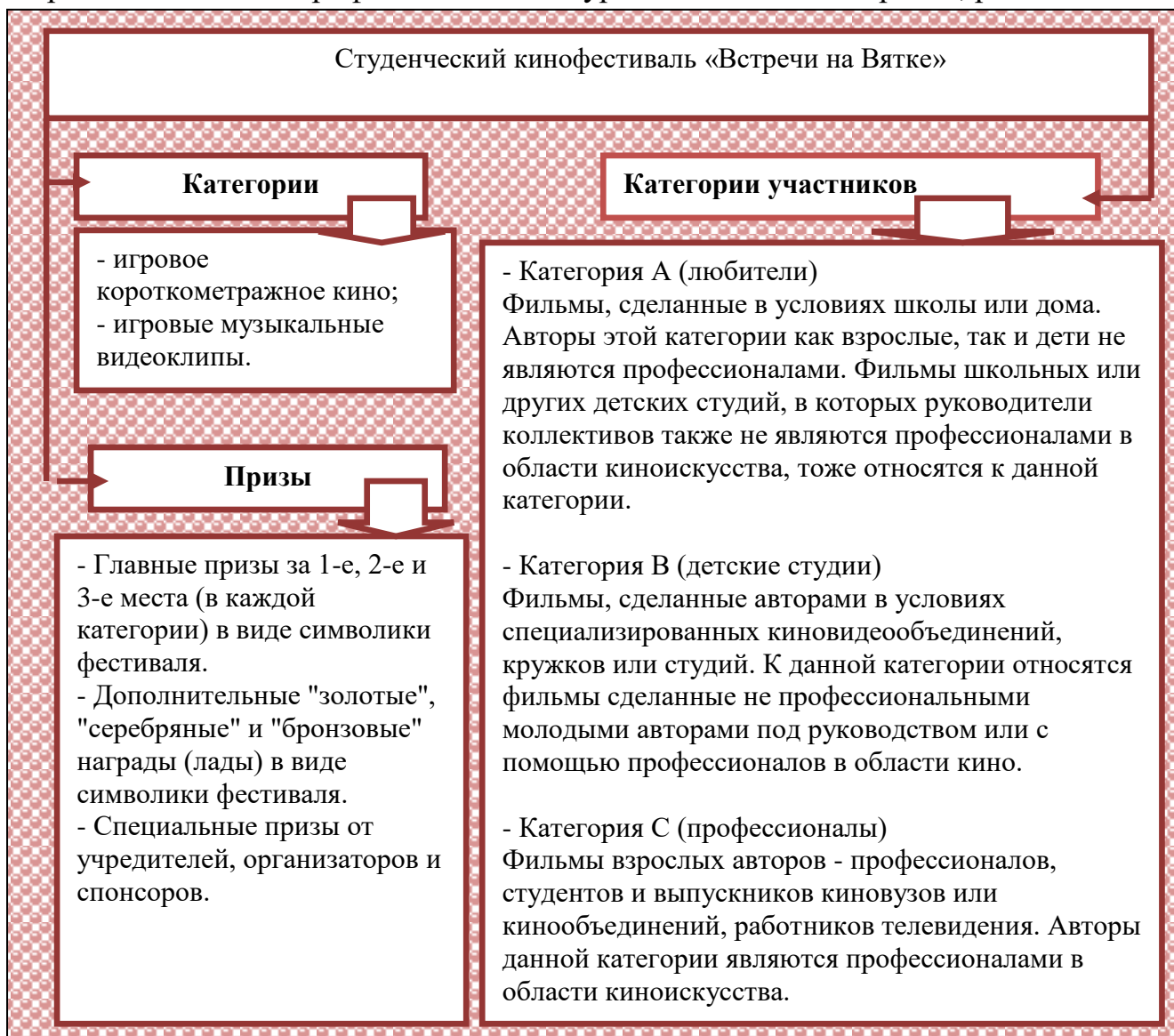


Рис.2.11. Характерные особенности студенческого кинофестиваля «Встречи на Вятке»

История фестиваля «Анимационного кино» началась с 1996г. и он ежегодно походит в г. Суздаль. Открытый Российский фестиваль анимационного кино является смотром всех видов анимации, произведенной на территории РФ, или гражданами России, работающими в других странах. Также в конкурсе Фестиваля

участвуют фильмы Республики Беларусь. Ежегодно на Фестиваль приезжает более 1500 режиссеров, художников, сценаристов, звукорежиссеров и представителей иных анимационных профессий из 40 студий страны, а также «свободных художников», студентов профильных учреждений и просто ценителей мультфильмов. Постоянными гостями фестиваля являются отборщики международных смотров, которые специально приезжают в Суздаль за «русскими мультфильмами». В рамках Фестиваля, который является зеркалом отечественной анимации, проводится Международный Конгресс «Анимационная индустрия: технологии, прокат, продюсирование, обучение». [35]


<p style="text-align: center;"><b>Категории</b></p> <p>Анимационное полнометражное кино; Анимационное короткометражное кино.</p>	
<p style="text-align: center;"><b>Призы</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Гран-При Фестиваля;</li> <li>— 2 (Два) Специальных приза;</li> <li>— Лучший профессиональный короткометражный фильм;</li> <li>— Лучший фильм для детей;</li> <li>— Лучший студенческий фильм (фильмы, созданные в профильных учебных заведениях, либо на студиях в рамках учебного процесса — учебные и дипломные работы);</li> <li>— Лучший дебютный фильм (первые самостоятельные работы, созданные на студиях либо самостоятельно вне рамок учебного процесса);</li> <li>— Лучший сериал (серии новых сериалов либо сериалов, принимавших участие в предыдущих фестивалях не более одного раза);</li> <li>— Лучший полнометражный фильм (фильмы длительностью более 50 минут);</li> <li>— Лучшая работа в прикладной анимации (рекламные ролики, музыкальные клипы, оформление телепрограмм, созданные с применением анимационных технологий).</li> <li>— Приз «ФОРТУНА» — фильм награждается по абсолютно случайному выбору.</li> </ul>	
<p style="text-align: center;"><b>Организаторы</b></p>	<p>Генеральный директор - Александр Герасимов Председатель Оргкомитета - Сергей Лазарук Программный директор - Наталья Лукиных</p>

Рис.2.12. Характерные особенности Открытого российского фестиваля анимационного кино

Одним из старейших и популярнейших фестивалей кино является Открытый фестиваль студенческих и дебютных фильмов «Святая Анна», который начал свою работу в 1994 г. и ежегодно проходит в Москве. Фестиваль был организован компанией «Эй-Би-Эй». Первый фестиваль открылся 19 марта 1994 года как конкурс студенческих фильмов. В дальнейшем по традиции 19 марта стало официальной ежегодной датой закрытия фестиваля. Более подробная история фестиваля представлена в прил.5.

Кинофестиваль «Святая Анна», отличается от других подобных ему конкурсов не только опытностью, но и особо трепетным отношением к молодым кинематографистам. Лучшие и самые яркие фильмы удостоиваются особого внимания на Торжественной церемонии закрытия. Основной целью кинофорума является демонстрация произведений начинающих кинематографистов: студентов национальных киношкол, независимых авторов-дебютантов, а также режиссеров кино- и телекомпаний. Символ фестиваля - образ Святой Анны с картины Леонардо Да Винчи «Дева и младенец со святой Анной», выражающий проявление заботы и внимания к творчеству молодых, чьи дебютные работы смогут со временем обнаружить и утвердить раскрывающийся талант, рис. 2.13.

Конкурсными фильмами фестиваля «Святая Анна» являются: А я тебя ждала, Аляска, Американская мечта, Борода, Аномальное поведение, Ася, Братство, Братья, Быть лучшим, В круге четвертом, Верочка, Вера, Витька вор и дядька его Егор, Война цветов, Выборы, Грань, Гусь, Два ангела, Дебют, День пандоры, Дефрагментация Полины Исландии, Ее там нет, Жтлец, Забытое, Земляк, Золушка, Идет Коза, Клубги Зла, Книга про Бога и другие (Прил.6).

Следует отметить, что Академия Коммуникаций Wordshop / Мастерская музыкального видео / КФ Святая Анна проводят также ежегодный кампус для молодых кинематографистов FILMMAKING/crash course. Цель кампуса: теория и практика режиссуры. Участники кампуса в течении недели придумывают и снимают короткометражный фильм. Жанр и форма фильма - свободные .

 <p><b>«СВЯТАЯ АННА»</b> Открытый фестиваль студенческих и дебютных фильмов</p>	<p><b>Программа</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- конкурсная программа короткометражных фильмов;</li> <li>- премьерные или специальные показы полнометражных картин известных кинематографистов.</li> </ul>
	<p><b>Категории</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- короткометражные игровые фильмы;</li> <li>- короткометражные документальные фильмы;</li> <li>- короткометражные анимационные фильмы</li> </ul>
<p><b>Призы</b></p>	<p><b>Требования</b></p>
<p>Лучший игровой фильм: I, II, III премии Лучший документальный фильм: I, II, III премии Лучший анимационный фильм: I премия Лучшая операторская работа: I, II премия Лучший сценарий Лучший актерский ансамбль Приз от киноконцерна «Мосфильм» Приз Президента Фестиваля «Святая Анна» Приз Председателя Попечительского Совета Лучший фильм по итогам просмотров онлайн Специальные призы и дипломы</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- хронометраж игрового фильма должен быть не больше 30 минут, документального - не больше 52, анимационного - не больше 15;</li> <li>- студенческие работы и полнометражные дебюты, принимавшие участие в кинофестивалях (в том числе студенческих) 2015 года, не могут быть рассмотрены;</li> <li>- фильмы из стран СНГ, а также произведенные российскими авторами в иностранных киношколах (в том числе на русском языке) не могут быть представлены в конкурсной программе, но по решению дирекции фестиваля могут быть показаны в рамках проведения "Святой Анны" отдельными сеансами (Исключения могут составлять работы, созданные в рамках совместного учебного процесса с российской киношколой или студией);</li> <li>- один автор может подать на рассмотрение несколько своих работ;</li> <li>- автор должен в сроки, установленные дирекцией фестиваля, предоставить заявку на фильм, копии фильма на DVD и материалы для каталога: сведения о создателях фильма, синопсис, биографию и фильмографию режиссера;</li> <li>- фестиваль не принимает рекламные ролики, видеоклипы и видео-арт в конкурсную программу, но они могут быть представлены в специальных программах.</li> </ul>

Рис.2.13. Характерные особенности Открытого фестиваля студенческих и дебютных фильмов «Святая Анна»



Место проведения кампуса - Дом Кино и Винзавод. Лучший фильм показывают на церемонии закрытия Кинофестиваля. Три лучших фильма включаются в программу Эхо Фестиваля. Занятия проходят бесплатно. Сценарная подготовка начинается за 1 неделю до кампуса. Программа кампуса представлена в прил.7.

В 2017 г. открытый фестиваль студенческих и дебютных фильмов «Святая Анна» пройдет в Москве с 18 по 25 апреля. Регламент XXIV Открытого фестиваля студенческих и дебютных фильмов «Святая Анна» представлен в прил.8. Стоит отметить, что благодаря своей уникальности Конкурс студенческих и дебютных фильмов на соискание национальной премии «Святая Анна» занимает заметное место в культурной жизни России. Традиционно участие в нем принимают студенты самых разных киношкол – от ведущих институтов до независимых студий и компаний. Это молодые кинематографисты практически из всех регионов России, а также киношколы стран СНГ, Европы и Америки.

Для многих – это уникальный шанс показать свои работы широкой публике и оценить творения коллег. Конкурс «Св.Анна» является той отправной точкой, которая позволяет его участникам уверенно войти в «большое кино». Работы студентов каждый год оценивает профессиональное жюри, состоящее из знаменитых и заслуженных кинематографистов. [49] [35]

Таким образом, выше кратко были рассмотрены отличительные особенности студенческих кинофестивалей. В рамках данной работы, достаточно сложно рассмотреть весь рынок студенческих кинофестивалей, к наиболее известным, не рассмотренным выше также относятся: Международный молодежный фестиваль короткометражного кино и анимации «Новый Горизонт» (г. Воронеж, с 2007 г.); Международный кинофестиваль славянских и православных народов «Золотой витязь» (г. Омск , с 1991г.); Фестиваль молодого европейского кино «VOICES» (г. Вологда, с 2010 г.) и другие. Все студенческие кинофестивали имеют обширную программу и заканчиваются вручением призов и премий.

Однако, важно отметить, что для проведения фестиваля является необходимым эффективным его продвижение. Для того, чтобы рассмотреть основные инструменты PR-кампании в сфере кинофестивального движения, перейдем к следующему параграфу исследования.

## **2.2. Анализ основных инструментов PR-кампании в сфере кинофестивального движения**

Самый важный момент в вопросах продвижения фестивалей - это выбор соответствующих инструментов и каналов. Первый из инструментов – это прямая реклама. Второй инструмент – public relations. Как правило, в компаниях работа подобного рода ведется специалистами на регулярной основе. Использование нестандартных инструментов продвижения может быть как более эффективным, чем использование классических, так и оказаться пустой тратой денег. Успех кампании по продвижению фестиваля во многом зависит именно от правильности выбора каналов, с помощью которых планируется непосредственно продвигать данный проект. Все решения касательного каналов продвижения должны быть сделаны еще на стадии планирования мероприятия. В противном случае эффективность кампании может очень сильно пострадать. Наиболее эффективными каналами продвижения фестиваля являются: печатные СМИ, радио, телевидение, Интернет, рис.2.14. Важно также отметить, что все действия по продвижению фестивального проекта необходимо разделить на три стадии: pre-event, event и post-event, рис.2.14. [16]

Однако, несмотря на большое количество каналов продвижения фестивального проекта, на сегодняшний день, безусловным лидером по продвижению фестивального проекта, как в прочем и любых других товаров и услуг, является Интернет. Остановимся подробнее на этом способе продвижения. Реализация любых видов товаров и услуг в сети Интернет называется электронная коммерция, которая динамично развивается и имеет высокий потенциал роста.

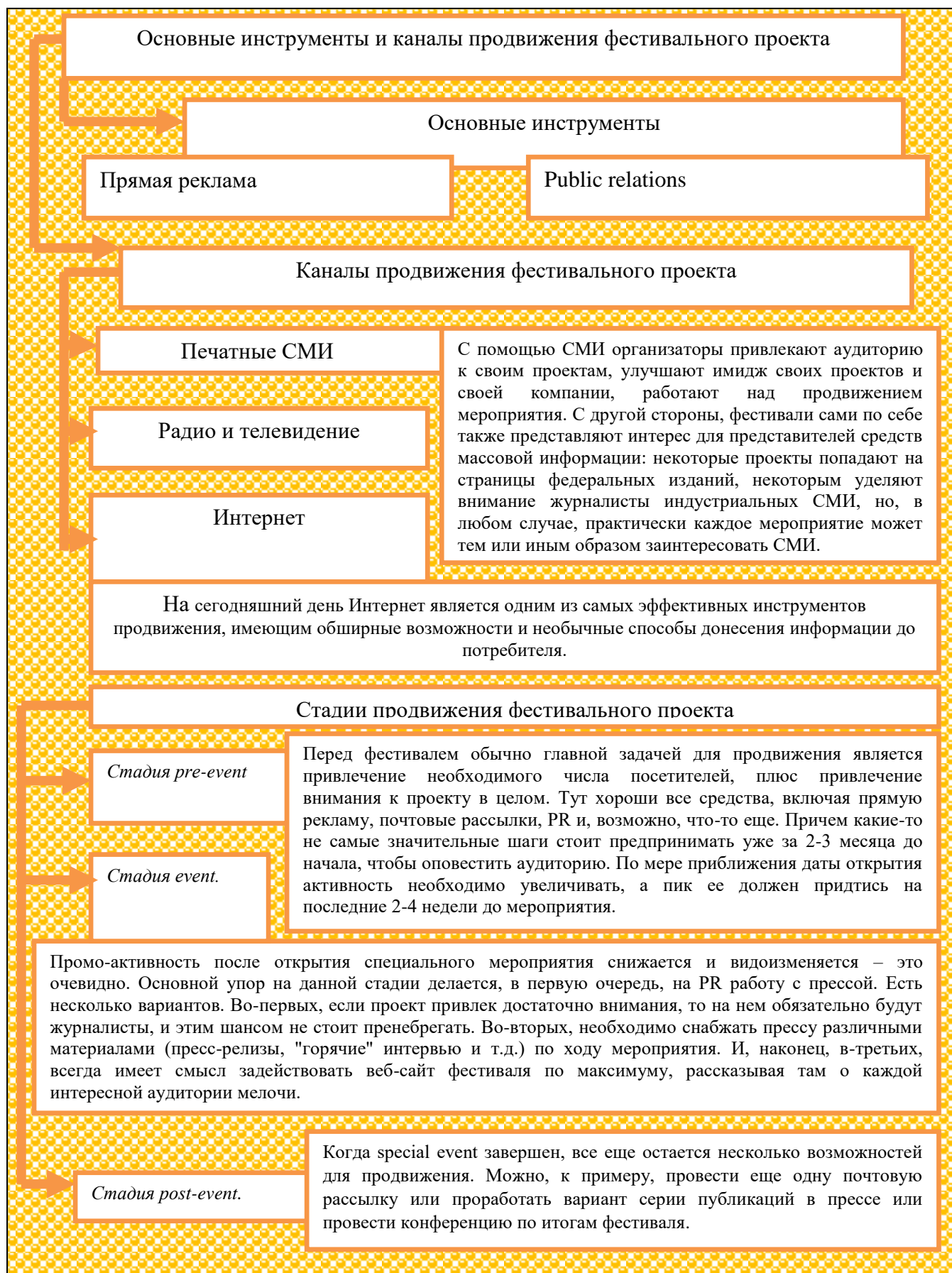


Рис.2.14. Основные инструменты и каналы продвижения фестивального проекта

Иными словами, электронная коммерция (e-commerce)- это осуществление продаж и закупок электронными средствами. Следует отметить, что электронная коммерция имеет как преимущества так и недостатки, рис. 2.15 .



Рис.2.15. Преимущества и недостатки электронной коммерции.

Таким образом, выше была рассмотрена сущность электронной коммерции, ее преимущества и недостатки. Важно отметить, что на сегодняшний день, темпы роста данного сектора экономики значительно опережают темпы роста экономики страны: за 2012 год ВВП России вырос на 3,5%, а e-commerce – на 26%.[15] По мнению экспертов компании J'son & Partners Consulting, в ближайшие годы ожидаются стабильные темпы роста на уровне 15-20% ежегодно[15]. Тогда к 2020 году объем рынка электронной коммерции составит более 2180 млрд. руб., рис.2.16.

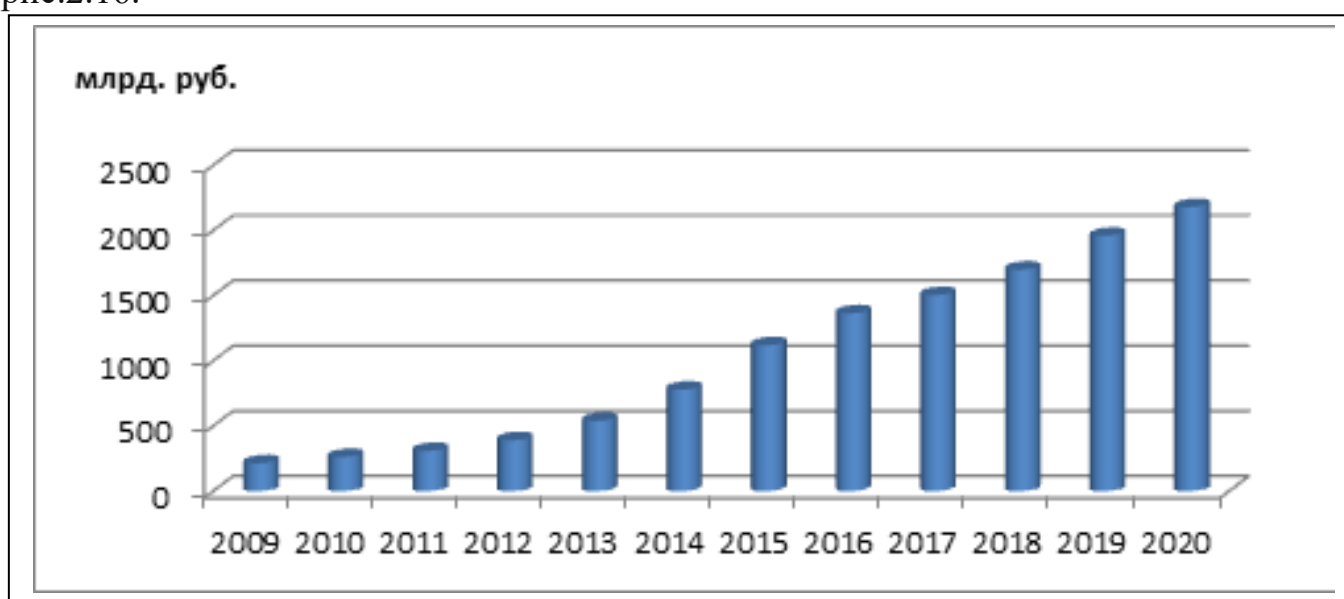


Рис.2.16. Объем рынка электронной коммерции в России (млрд. руб.)

Однако сегмент электронной коммерции в экономике нашей страны стал заметен только в последние годы. До 2011 года доля продаж через интернет составляла менее 1% от общего объема торговли России, в 2012 – около 2% (рис.2.17). Подобные показатели отмечались в США и Великобритании в 2003 и 2005 годах, а в настоящий момент – доля e-commerce в этих странах занимает более 10%, что позволяет сделать вывод о наличии значительного резерва для дальнейшего роста рынка электронной коммерции России. По мнению экспертов, сегмент электронной коммерции к 2020 году составит около 7% от общего объема торговли в России. На развитых рынках (Китай, Франция, Германия, Бразилия) в настоящее время данный показатель составляет около 5%.[53]

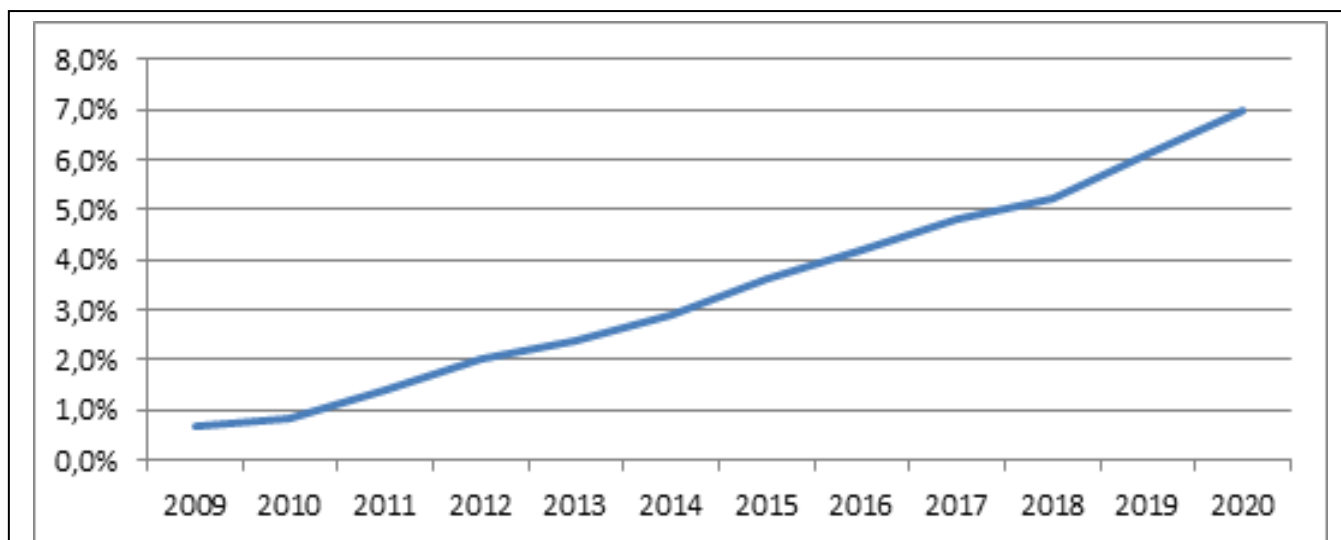


Рис.2.17. Доля рынка электронной коммерции в общем объеме торговли в России с 2009-2020 г.г.

На данный момент сложилась ситуация, когда значительно большее количество покупателей из регионов создают намного меньший оборот, чем жители мегаполисов. Это связано, в первую очередь, с более ранним проникновением высокоскоростного доступа в интернет в крупные города, также вследствие более высокого дохода и более развитой логистической инфраструктуры. Россияне привыкают к интернету медленно – по данным исследовательского агентства Data Insight только 11% начинают совершать онлайн-покупки сразу после подключения, большинству (около 45%) требуется от двух до пяти лет на адаптацию [53]. Всего в России личным опытом в совершении покупок через Интернет обладает около 22 миллионов человек.

В настоящее время в структуре рынка электронной коммерции наибольший удельный вес занимает сектор нефизических товаров и услуг, в 2012 году он составляет 65% и оценивается в 255 млрд. рублей (рис.2.18). Традиционно большую часть покупок в Интернете составляют различные билеты, в том числе и билеты на транспорт, причем железнодорожные поездки также популярны, как и авиаперевозки, на культурные и иные мероприятия. Также здесь следует выделить такие сегменты как цифровой контент, гостиницы и туризм, оплата штрафов и санкций, услуги связи.[53]

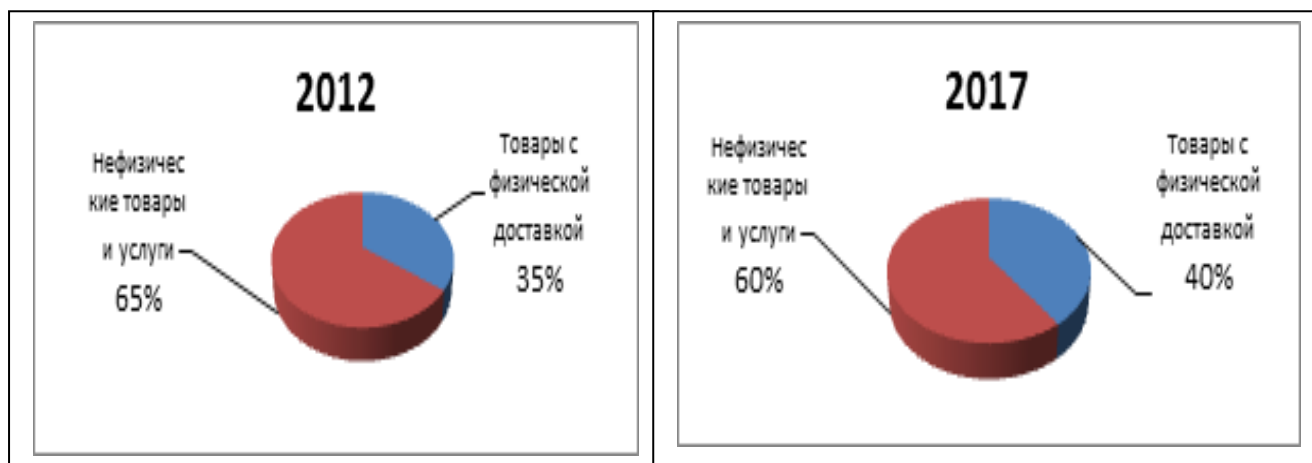


Рис.2.18. Структура рынка электронной коммерции в России 2012 и 2017гг.

Таким образом, Интернет торговля развивается достаточно быстрыми темпами, и имеет положительную динамику развития в перспективе, поэтому продвижение в сети Интернет любых товаров и услуг, в том числе и фестивального проекта, является необходимым мероприятием, положительные результаты которого не заставят себя долго ждать. Однако, прежде чем перейти к рассмотрению основных способов продвижения товаров и услуг в сети Интернет, является необходимым рассмотреть основные преимущества такого продвижения. В частности, к преимуществам относятся: низкая стоимость маркетинговых мероприятий, широкий охват аудитории, поддержание связи с аудиторией, мобильность всех кампаний, рис. 2.19.

На сегодняшний день, в сети Интернет существует множество инструментов продвижения товаров и услуг. Наиболее известными являются: поисковая оптимизация сайта; размещение баннерной и текстовой рекламы; использование e-mail маркетинга; размещение пресс-релизов компании; использование партнерских программ, продвижение в социальных сетях (Social Media Marketing (SMM)). Более подробная характеристика основных инструментов интернет продвижения фестивального проекта представлена в прил.9. [52] Хочется отметить, что из перечисленных выше инструментов продвижения, наиболее популярной за последнее время является продвижение в социальных сетях. Продвижение в социальных сетях позволяет повысить узнаваемость бренда, увеличить количество продаж услуг и товаров, помогает компании проводить анализ мнения потребителей

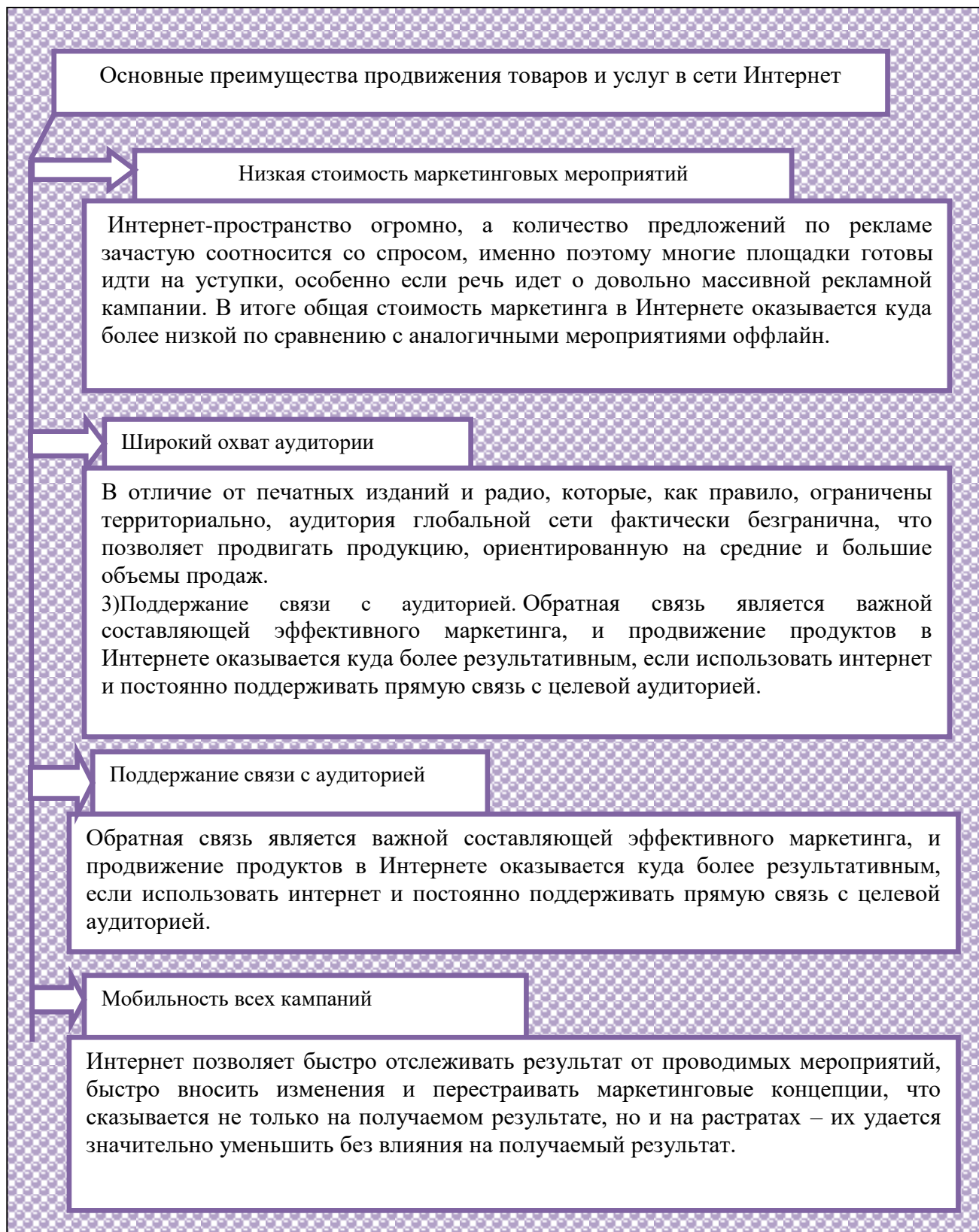


Рис.2.19. Основные преимущества продвижения товаров и услуг в сети Интернет.

о предлагаемой продукции (работах), а также находить целевую аудиторию по необходимым критериям, имеется возможность поддерживать активную обратную связь с заказчиками, возможность своевременного предоставления информации об акциях, возможных изменениях, скидках и др.; позволяет повысить репутацию



сайта; За счет SMM-продвижения, его позиции в поисковых системах существенно улучшаются; создается постоянная аудитория сайта. Таким образом, продвижение в социальных сетях имеет массу преимуществ. Следует отметить, что на сегодняшний день наиболее популярными социальными сетями являются: Вконтакте, Одноклассники, Instagram, Facebook. Рассмотрим характеристику социальных сетей.

1) Вконтакте - одна из наиболее популярных российских социальных медиа с количеством активных пользователей около 30 млн. человек. Изначально она была создана для общения друзей и знакомых. Сегодня практически каждый имеет собственный профиль в этой соцсети, поэтому она является потенциально прибыльной и востребованной торговой площадкой с высокой вероятностью найти целевую аудиторию. В группе Вконтакте удобно размещать посты, проводить различные опросы. Главной ее задачей считают не просто привлечение новых посетителей, а превращение их в постоянных пользователей своего ресурса. Такая стратегия продвижения позволяет выбирать контингент именно по своей тематике, что еще более сильно способствует увеличению популярности бренда. Для продвижения Вконтакте целесообразно применение таргетированной рекламы, покупки и добавления постов в других группах, продвижение записей, записи в сообществах, табл.2.1.(Прил.10)[42] Рассмотрим стоимость раскрутки групп в Вконтакте. Комплексное развитие группы в социальных сетях подразумевает три этапа: 1) Наполнение группы интересным контентом и создание активности; 2) Покупка объявлений в таргетинговой рекламе социальной сети; 3) Покупка постов с рекламным характером в других популярных сообществах. Цены на раскрутку групп Вконтакте представлены в табл.2.2.(Прил.10).

2) Следующей социальной сетью, пользующейся большим спросом является Одноклассники. Развлекательная социальная сеть Одноклассники разработана для аудитории с достаточно широким возрастным диапазоном, поэтому раскрутка групп в сети может стать эффективным способом для получения прибыли компанией. Одноклассники - это идеальная площадка для интернет-маркетинга, поскольку имеет более 50 млн. зарегистрированных пользователей; ее посещаемость

составляет свыше 44 млн. просмотров в сутки; возраст аудитории колеблется в диапазоне от 12 до 80 лет. Реклама на Одноклассниках - довольно затратный способ продвижения, но при этом он может быть очень эффективным, так как существует возможность выбрать ту аудиторию, которой будут демонстрироваться объявления. Стоимость раскрутки группы в Одноклассниках представлена в табл.2.3(Прил.10).

3)Instagram -Продвижение в Instagram дает уникальную возможность обратиться с рекламным предложением к огромной аудитории, ведь количество пользователей сервиса ежемесячно составляет свыше 100 млн. человек. Уровень активности и вовлечения в данную сеть как минимум в 4 раза выше, чем в Facebook или ВКонтакте. [42] Почему стоит раскручиваться в Instagram: Данную сеть люди используют буквально на ходу с помощью современных мобильных гаджетов; ядром аудитории является молодежь в возрасте от 18 до 29 лет; в гендерном разрезе доминируют женщины; 57% владельцев проверяют свой аккаунт как минимум один раз в день, а 35% пользователей делают это несколько раз в сутки; визуальный контент воспринимается людьми во много раз быстрее, нежели текстовый.

Стоит помнить и о том, что эффективное продвижение аккаунта в Instagram - это ежедневная и постоянная работа с фото и их описаниями, тематическими хэштэгами, увеличением аудитории и лайками. А благодаря оставленным к посту отзывам в комментариях, потенциальные клиенты будут больше доверять бренду, что может привлечь дополнительный трафик на ваш сайт и положительно сказаться на покупке товара или услуги. Здесь также активно практикуется проведение всевозможных конкурсов и розыгрышей, что увеличивает количество лиц, заинтересованных в приобретении продукции. Поэтому реклама в Instagram является отличным инструментом продвижения. Стоимость раскрутки аккаунта в Instagram представлена в табл.2.4(Прил.10).

4)Facebook. Как известно, Facebook входит в пятерку наиболее посещаемых веб-сайтов мира. Раскрутка организации в данной сети станет не только эффективным способом привлечения потенциальных клиентов на собственный сайт, но и удачной возможностью найти новых партнеров по бизнесу. Большая часть

пользователей здесь- взрослые люди с высшим образованием и стабильным уровнем заработка, в отличие от молодой аудитории ВКонтакте. Следовательно, выбирая Facebook, вы создаете для себя идеальную почву для развития и популяризации бизнеса. Раскрутка групп (странички) поможет существенно увеличить количество посетителей вашего сайта и расширить географию охвата потребителей.

Преимущества продвижения в сети Facebook: целевая аудитория готова совершать всевозможные конверсионные действия; незначительная конкуренция в русскоязычном сегменте; многообразие различных инструментов продвижения. Количество зарегистрированных аккаунтов в Facebook больше одного миллиарда. Соцсеть со столь внушительной аудиторией может стать отличной площадкой для рекламы практически любого продукта. При этом настройки таргетинга позволяют нацелить на товар именно тех, кому он интересен. Раскрутка страниц в Facebook представлена в табл.2.5 (Прил.10). [42] Таким образом, выше были рассмотрены основные способы продвижения фестивального проекта в сети Интернет. На сегодняшний день наиболее распространенными являются: поисковая оптимизация сайта; размещение баннерной и текстовой рекламы; использование e-mail маркетинга; размещение пресс-релизов компании; использование партнерских программ, продвижение в социальных сетях.

Резюмируя выше изложенное можно сделать вывод, что на сегодняшний день рынок студенческих кинофестивалей развивается достаточно быстрыми темпами, ежегодно проводятся фестивали в различных городах России, многие фестивали имеют продолжительную историю и до сегодняшнего дня являются популярными. Однако, эффективная организация фестивального проекта, зависит и от инструментов и каналов его продвижения. На сегодняшний день, основными каналами продвижения фестивального проекта являются: прямая рассылка и PR. В свою очередь, каналы продвижения имеют различную классификацию: средства массовой информации, радио, телевидение и Интернет. Важно отметить, что продвижение услуг компании в сети Интернет, иначе называется электронная коммерция, которая имеет большой потенциал роста, а поэтому продвижение

фестивального проекта именно в сети Интернет, является наиболее эффективным способом продвижения, так как осуществляется большой охват потребителей, низкая стоимость рекламных мероприятий, поддержание связи с аудиторией, мобильность всех компаний. Для того, чтобы разработать инструменты PR-кампании фестиваля на примере студенческого кино и оценить эффективность проекта, необходимо перейти к следующей главе исследования.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Апфельбаум С., Игнатъева Е. Связи с общественностью в сфере исполнительских искусств. М.:Классика-XXI, 2002. 144 с.
2. Андреев С.Н. Маркетинг некоммерческих субъектов. – М.: Финпресс, 2002. – 312 с.
3. Апфельбаум С., Игнатъева Е. Связи с общественностью в сфере исполнительских искусств. – М.: Классика-XXI, 2003.
4. Балабанов И.Т. Электронная коммерция.– СПб: Питер, 2015г.
5. Беквит Г. Четыре ключа к маркетингу услуг/Пер.с англ.-М.: Альпина Бизнес Букс,2005-224 с.
6. Божук С.Г. Ковалик Л.Н. Маркетинговые исследования. СПб: Питер, 2003.- 298 с.
7. Борисов Б.Л. Реклама и PR: Алхимия власти.- М.:РИП-холдинг, 1998.- 218с.
8. Борисов Б.Л. Технология рекламы и PR. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. - 624с.
9. Багиев Г.Л. Маркетинг взаимодействия: методология и методика организации коммуникативной политики. — СПб.: Издательство СПбГУЭФ, 2014г.
- 10.Баканова Е. Маркетинг паблик рилейшнз и культура[Электронная версия] [Ресурс: <http://pressclub.host.ru/tech 22.htm>]
- 11.Ваганова Н., Гордин В. Маркетинговая деятельность в театральной сфере // Известия СПбГУЭФ. — 1995.- № 1.
- 12.Гожанская И.В. Кино как объект культурологического исследования: автореферат кан. дис. культурологии, Саратовский государственный технический университет, 2006. 25 с.
- 13.Гавра Д.П. Основы теории коммуникации: Учеб. Пособие. СПб.: Роза мира, 2005.
- 14.Гуров Ф. Продвижение бизнеса в Интернет. – М. 2014г. – 152 с.
- 15.Генина Н. Рынок онлайн-торговли в России[Электронная версия] [Ресурс: [www.cnews.ru](http://www.cnews.ru)]

16. Донова Д.А. Технологии театрального маркетинга: практический анализ театрального продукта и сегментов его потенциальной аудитории. – Справочник руководителя учреждения культуры – 2006. - № 6.
17. Данилова С.Е. Кинофестивальный продюсерский проект. // Вестник университета - 2000. - №1 - с. 174-182 (0,5 п.л.)
18. Данилова С.Е. Управление фестивалем. // Медиаобразование сегодня: содержание и менеджмент: Материалы международной научно-практической конференции, - М., 2002. - с.69-72 (0,5 н.л.)
19. Данилова С.Е. Кинофестиваль как продюсерский проект. // Основы кинофестивального менеджмента. / Под ред. Г.А.Поличко. - М., 2003 г. - с.8-56 (13 п.л. - лично принадлежит автору - 2,5 п.л.)
20. Данилова С.Е. Основы кинофестивального маркетинга. / Под ред. Г.А.Поличко. - Москва-Рязань: Узорочь, 2005. - 180с. (11,5 п.л.)
21. Данько Т.П., Дьяконова Л.Я., Завьялова Н.В., Сагинова О.В. и др. Электронный маркетинг: Учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2015г.
22. Денисов А.Л. Электронная торговля. – СПб: Питер, 2012г.
23. Дик В.В., Лужецкий М.Г., Родионов А.Э.: - Электронная коммерция: Москва, 2014г., 300 с.
24. Динамика развития интернет- торговли в мире [электронная версия]. [Ресурс: [www.predprinimatel.ru](http://www.predprinimatel.ru)]
25. Колбер Ф., Нантель Ж., Билордо С. Маркетинг культуры и искусства. - СПб.: Арт-Пресс, 2004, - с. 190
26. Котлер Ф. Основы маркетинга: Перевод с английского. - М.: «Росинтер», 1996. - 704 с.
27. Кобелев О.А., Резго Г.Я., Скиба В.А. Электронная коммерция. Учебное пособие / Под ред. Пирогова С.В. – М.: Изд. Дом «Социальные отношения», 2014г.

- 28.Климов О.М. Фестиваль как фактор развития любительского театрального творчества [Электронная версия][Ресурс:<http://www.tsutmb.ru/festival-kak-faktor-razvitiya-lyubitelskogo-teatralnogo-tvorchestva>]
- 29.Кутьмин С.П. Краткий словарь театральных терминов / С.П. Кутьмин. – Тюмень: ТГИИК, 2013. – 76с.
- 30.Кривонос А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. – Спб.: Изд-во С.-Петербур. Ун-та, 2001.
- 31.Караваев Д.Л. Феномен "китайского взлета" в мировом кинематографе 80-х - 90-х годов, 1984-1996 гг.: кан. дис. искусствоведения, М., НИИ Киноискусства, 1997. 188 с.
- 32.Маркетинг в сфере культуры//Лисеенко Е.С, Соловьева И.А. [Электронная версия][Ресурс: <http://www.scienceforum.ru/2015/1058/9165>]
- 33.Меньшиков А.М. Фестивальный маркетинг. - М.: ООО «Дар-Экспо», 6.25 п.л., 2003.
- 34.Меньшиков А.М. Фестиваль как социокультурный феномен современного театрального процесса. Диссертация [Электронная версия] [<http://cheloveknauka.com>]
- 35.Мир фестивалей. Официальный сайт. [<http://mirfest.com>]
- 36.Новаторов В.Е. Маркетинг в социально-культурной сфере. – Омск: Омич, 2000. – 288 с.
- 37.Новаторов В.Е. Маркетинг культурных услуг, Омск - 1992.
- 38.Огурчиков П.К. Экранная культура как новая мифология : на примере кино: док. Дис. культурологии, М., МГУКИ, 2008. 287 с.
- 39.Платонова Ю. Ю. Особенности маркетинга в сфере культуры [Текст] // Проблемы современной экономики: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, октябрь 2012 г.). - Челябинск: Два комсомольца, 2012. — С. 142-145.

40. Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг: Учеб. пособие. – СПб.: Питер, 2000.
- Пучкова Е.И. Маркетинг в сфере театрального искусства //Маркетинг в России и за рубежом -1998.-№1.
41. Пучкова Е.И. Принципы и условия применения маркетинговой информации учреждениями культуры// Маркетинг в России и за рубежом -1998.-№5.
42. Продвижение бренда в социальных сетях [Электронная версия] [Ресурс: [https://www.darvin-studio.ru/services/social\\_media\\_optimization.html](https://www.darvin-studio.ru/services/social_media_optimization.html)]
43. Разлогов К.Э. Кинопроцесс в современном буржуазном обществе. (Критический анализ взаимодействия киноискусства и политического и религиозного сознания): док. дис. искусствоведения, М., Академия общественных наук при ЦК КПСС, 1984. 405 с.
44. Реклама и связи с общественностью: Учеб. Пособие / Отв.ред. А.Д. Кривоносов, М.А. Шишкина. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2004.
45. Смолян Г.Л., Цыгичко В.Н., Хан-Магомедов Д.Д. Интернет в России. Перспективы развития. – М. : Едиториал УРСС, 2012г. – 200 с.
46. Самутина Н.В. Репрезентация европейского культурного сознания в кинематографе последней трети XX века: кан. дис. культурологии, М., РГГУ, 2002. 228 с.
47. Тульчинский Г.Л. Менеджмент в сфере культуры. – Санкт-Петербург-государственный университет культуры и искусств. – СПб.: Лань, 2001. – 382 с.
48. Уэллс У., Бернет Д., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. Учебник: Пер. с англ. 2-е изд., испр. СПб.: Питер, 1999 - 735с.
49. Фестивали в России. [Электронная версия] [Ресурс: <http://www.vertov.nl>]
50. Фатхутдинов Р.А. «Стратегический менеджмент» :учебник для вузов.-3-е изд., -М.: ЗАО «Бизнес-школа» «Интел-Синтез», 2012г.416 с.



- 51.Хэнбери П.Д. Когда менеджмент приносит деньги. Наставления учреждениям культуры всех стран. Маркетинг, реклама, Фандрайзинг в сфере культуры. М.: Классика XXI, 1999.- 152 с.
- 52.Хорошилов А.В., Селетков С.Я. Мировые информационные ресурсы. СПб.: Питер, 2012г.
- 53.Холодкова К.С. Анализ рынка электронной коммерции в России[<http://web.snauka.ru/issues>]
- 54.Шекова Е.Л. Особенности маркетинга в сфере культуры // Маркетинг в России и за рубежом - 2001.- №3.
- 55.Шекова Е.Л. Экономика и менеджмент некоммерческих организаций: Учебное пособие/Санкт-Петербург -2003.;
- 56.Шекова Е. Л. К вопросу о классификации продукта сферы культуры // Маркетинг - 2002. - №2.
- 57.Шишкин С.В. Экономика и управление в сфере культуры: поиск новых моделей. Монография / По заказу НИИ культуры. — М., 1992. -188 с.
- 58.Яковлев А.В. Способы продвижения в сети интернет.[Электронная версия.][Источник: <http://dis.ru/library>]

## **ПРИЛОЖЕНИЯ**