

## ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. США – родина телепродюсирования.
2. WNBC – первая коммерческая телестанция.
3. Внедрение NBC «журнальной концепции» для рекламодателей (1951).
4. Становление продюсерской деятельности на американском телевидении как результат развития «спроса – предложения».
5. Ведущие американские телесети.
6. Традиционные и новые актуальные технологии продюсирования в телеиндустрии США, Европы.
7. США как лидер рекламного рынка мира, крупнейший экспортер телепроектов.
8. Социально-исторические причины развития американского массового кино на рубеже XIX–XX вв.
9. Находки (приемы, методы и технологии), впоследствии – универсальные бизнес-стратегии американского кинематографа.
10. Роль Т. Эдисона, А. Цукора, К. Леммле, М. Лоева и других в становлении продюсерской деятельности в кино.
11. Первые кинопродюсеры и киномагнаты.
12. Кодекс Хейса.
13. Кодекс Валенти.
14. Вызовы индустрии и стратегии борьбы Голливуда за лидерство в мировом медиапространстве.
15. Предпосылки возникновения продюсерской деятельности.
16. Возможность тиражирования произведений искусства.
17. Спрос аудитории на массовую продукцию и готовность платить за нее.
18. Появление точек продаж для приобщения к массовой экранной культуре.