#

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ**

**ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

### ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ М. МАТУСОВСКОГО

**Кафедра «Музыкальное искусство эстрады»**

####  **Основы продюсерского мастерства**

## ПРОГРАММА

**нормативной учебной дисциплины**

**подготовки** специалист

**направления** 7.02020401 Музыкальное искусство

**специализации** «Эстрадный вокал», «Музыкальное искусство эстрады»

 дневная форма обучения

### ВСТУПЛЕНИЕ

Программа изучения нормативной учебной дисциплины «Основы продюсерського мастерства» составлена в соответствии с образовательно-профессиональной программой по направлению 7.02020401 «Музыкальное искусство» (программа подготовки специалиста) специализации «Эстрадный вокал», «Музыкальное искусство эстрады».

Интеграция искусства в бизнес-процессы – это новый уникальный тренд в корпоративном мире.

Умелое использование инструментов искусства делает возможным создание уникальных музыкальных продуктов творчества. Продюсирование предполагает изучение как основ управления, администрирования культурных процессов, так и основ творческо-производственной деятельности в музыкальном бизнесе, изучение основ менеджмента, маркетинга и предпринимательства в шоу-бизнесе. В современной реальности существует множество нерешенных проблем, что не позволяет добиться желаемых и высоких результатов в практической деятельности. Таким образом, данная программа открывает новые перспективы для самореализации будущих компетентных специалистов.

**Междисциплинарные связи**: Изучение дисциплины «Основы продюсерского мастерства» базируется на знаниях, полученных студентами при изучении дисциплин: «Музыкальная психология», «Психология творчества», «Интеллектуальная собственность», «Основы музыкального менеджмента», «Музыкальная психология», что способствует выработать у студентов представления об основных принципах, особенностях и закономерностях организации и реализации деятельности в стиле шоу. Полученные в курсе «Основы продюсерского мастерства» знания, будут необходимы при работе в качестве продюсеров, менеджеров артиста, ивентов, букеров, руководителей музыкальных и шоу-проектов, студий и учреждений культуры.

Программа учебной дисциплины состоит из двух содержательных модулей:

1.Становление и развитие продюсерской деятельности. Музыкальный шоу-бизнес – часть индустрии развлечений. Административная и творческо-производственная деятельность продюсера.

2.Продюсирование в системе мировых тенденций музыкального менеджмента. Управление проектной деятельностью.

1. **Цель и задачи учебной дисциплины**

1.1. **Целью** преподавания учебной дисциплины «Основы продюсерского мастерства» является формирование понимания сущности профессиональной деятельности продюсера, ее особенности в различных областях искусства. Определение стратегии социальной адаптации и профессионального определения в условиях формирования навыков профессиональной продюсерской деятельности через соединение теоретического содержания с практической работой, направленной на повышение интеллектуальной и профессиональной компетентности.

Освоение программы предусматривает приобретение следующих компетенций: овладение культурно-просветительской, информационно-творческой, рекламно-информационной, финансово-экономической видами продюсерской деятельности в области музыкальной и шоу-индустрии, умение профессионально решать этические и правовые проблемы в шоу-бизнесе и индустрии развлечений, разрабатывать экономические и социально-музыкальные проекты, правильно и логично оформлять свои мысли, овладеть навыками организации продаж различных видов музыкальной продукции на рынке сферы культуры и искусств.

1.2. В **задачи** изучения дисциплины «Основы продюсерского мастерства» входят:

* раскрытие теоретических основ профессиональной деятельности продюсера;
* знакомство с современными требованиями к деятельности продюсера, условиями работы над творческими проектами, созданием фирмы, особенностями маркетинговой, финансовой, управленческой деятельности в сфере музыкальной-индустрии.
* изучение нормативно-правовой основы деятельности продюсера;
* овладение нравственно-этическими основами профессиональной деятельности специалиста, работающего в сфере музыкальной-индустрии.

Особенностью курса является логическое продолжение освоения теоретического материала в процессе практической деятельности. Значительное время уделяется практическим занятиям со студентами, а также их самостоятельной работе.

В завершении курса студент должен освоить основы деятельности специалиста по созданию коммерческой фирмы в сфере искусства, этапы работы по созданию творческой программы, музыкальной продукции, познакомиться со спецификой маркетинговой деятельности данной сферы. Студент должен овладеть знаниями законодательной базы в сфере музыкальной-индустрии и уметь их применять на практике.

1.3. Согласно с требованиями образовательно-профессиональной программы студенты должны **знать:**

1. теоретические основы творческо-производственной деятельности продюсера;
2. организацию производства аудиовизуальной продукции;
3. порядок заключения и исполнения договоров и контрактов;
4. представлять себе логику процесса организации и реализации творческого проекта;

**уметь:**

1. использовать полученные знания по созданию и продвижению творческой программы, музыкального проекта;
2. организовывать работу съемочной группы по подготовке постановочного музыкального проекта;
3. производить и внедрять оптимальные методы реализации принятых продюсером творческой концепции и постановочного проекта, его сметной стоимости;

**владеть:**

1. методами диагностики рынка музыкальной продукции, приемами маркетинговых исследований;
2. навыками исследования в области музыкальной индустрии;
3. методами планирования и управления творчески-производственным процессом;
4. навыками подбора творческого и производственно-технического персонала занятого в создании музыкального проекта;
5. умением обеспечивать творческий и технологический процессы, оценивать и принимать готовый аудиовизуальный продукт.

На изучение учебной дисциплины отводится 144 часа 4 кредита ECTS.

**2. Информационный объем дисциплины и виды учебной работы**

**2.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине. Тематический план дисциплины**

**Модуль 1. Становление и развитие продюсерской деятельности. Музыкальный шоу-бизнес – часть индустрии развлечений. Административная и творческо-производственная деятельность продюсера.**

**Тема 1: Тема 2. «Введение. Продюсер и особенности его деятельности. Составляющие продюсерской деятельности.» (4 часа)**

Продюсер, как самостоятельная сфера деятельности. Главное правило продюсирования. Цели и задачи продюсирования. Понятие - продюсер, виды и составные продюсерской деятельности. Функции продюсера. Типы продюсирования.

**Тема 3: «Шоу- бизнес. Основные технологии развития шоу-бизнеса». (2 часа)**

История развития шоу-бизнеса. Определение понятия «Шоу-бизнес». Шоу-бизнес как предпринимательство и как часть массовой культуры. Основные технологии шоу-бизнеса.

**Тема 4: «Управленческие качества и деятельность продюсера в проекте. Технологии в продюсировании». (2 часа)**

Управленческие качества продюсера. Личностные качества продюсера. Функции продюсера, как руководителя проекта. Стиль целеполагания в продюсировании. Стиль лидерства в продюсировании. Технологии в продюсировании. Этика продюсера-управленца.

**Лекция 5: «Целеполагание в продюсировании. Постановка целей SMART. Музыкальная индустрия и продюсирование». (2 часа)**

Цель и целеполагание в продюсировании. Система целеполагания организации. Продюсер в системе целеполагания. Постановка целей SMART. Музыкальная индустрия и музыкальный проект. Роль продюсера в музыкальной индустрии. Продюсерская команда. Продюсерский проект и его основные блоки.

**Лекция 6: «Бренд как инструмент шоу - бизнеса. Human Branding.» (2 часа)**

Основные характеристики бренда, его виды и способы формирования. Бренд-менеджеры, продвижение бренда и его типы. Принципы создания человека - бренда. Позиционирование, эмоционирование и вектор бренда в области Human Branding. Люди – бренды в музыкальном шоу-бизнесе. Войны брендов.

**Тема 7: «Роль рекламы и PR в музыкальном продюсировании». (2 часа)**

PR и реклама: область применения, специфика, функции. Структура деятельности PR-службы и ее функции. Средства PR. Основные функции рекламы. Основные различия между рекламой и PR. Выбор PR-агентства. Формирование имени проекта-определение его судьбы. Группа-легенда: критерии и технология создания. Инструментарий PR. Медиапланирование.

**Тема 8: «SWOT-анализ, как инструмент стратегического планирования.» (2 часа)**

SWOT-анализ, как метод стратегического планирования. SWOT-анализ в маркетинговом плане предприятия или проекта. Внутренние и внешние факторы SWOT-анализа. Сопоставление сильных и слабых сторон с возможностями и угрозами рынка. Матрица SWOT-анализа.

**Тема 9: «Матрица BCG (Boston Consulting Group) –инструмент стратегического планирования». (2 часа)**

Матрица BCG- как метод стратегического планирования. Четыре группы рынков продукта. Преимущества и недостатки матрицы BCG. Репозиционирование и позиционирование продукта. Позиционирование и его виды. Анализ матрицы BCG.

**Модуль 2. Продюсирование в системе мировых тенденций музыкального менеджмента. Управление проектной деятельностью.**

**Тема 1. «Event-менеджмент: корпоративы, праздники, презентации, фестивали.» (2 часа)**

Еvent- менеджмент и Еvent-маркетинг. Основные понятия. Что такое мероприятия. Классификация мероприятий. Формирование аудитории мероприятия. Цели и задачи мероприятия. Маркетинговый мультипликатор. Маркетинговые исследования мероприятий. Инструментарий. Риски.

**Тема 2. «Промоушн.» (2 часа)**

Понятие и сущность промоушн в сфере шоу-бизнеса и рынке услуг. Промоушн как вид маркетинговой деятельности. Основные этапы продвижения продукции арт-индустрии на рынок услуг. Основные функции промоутерской деятельности.

**Тема 3. «Стратегии продвижения «продукта» на рынок шоу-бизнеса. Бизнес-проекты в шоу-бизнесе. Компании – продюсеры бизнес-проектов.» (2 часа)**

Определение продукта в шоу-бизнесе. Виды продуктов. Основные градации исполнителей на рынке шоу-бизнеса. Формирование продукта в шоу-бизнесе. Этапы взаимоотношений артиста с компанией. Творческий процесс по созданию продукта шоу-бизнеса. Стратегия и тактика продвижения продукта на рынок шоу-бизнеса. Модели бизнес-проектов. Создание конкурентного предприятия. Виртуальный продукт и виртуальное предприятие. Компании – продюсеры бизнес-проектов. Процесс обратного продюсирования.

**Тема 4. «Ведение переговоров при продюсировании бизнес-проектов». (2 часа)**

Понятие переговоры. Виды и классификация переговоров. Подготовка к проведению переговоров. Содержательная подготовка переговоров. Организационная подготовка переговоров. Методы ведения переговоров. Характер поведения участников переговоров. Три подхода. Возможные приемы при ведении переговоров. Продуктивная тактика ведения переговоров. Правила ведения переговоров. Ведение переговоров с более сильным партнером. Виды результатов переговоров.

**Тема 5. «Целеполагание в постановке шоу-программ. Технологии организации шоу-программ. Маркетинг.» (2 часа)**

Целеполагание в постановке шоу-программ. Эффективность средств и способов воздействия на аудиторию. Деятельность продюсера-постановщика шоу-программ. Шоу-программы. Виды и принципы построения. Основные аспекты разработки и подготовки шоу-программ. Творческий и режиссерско-постановочный состав шоу. Постановка номера. Финансирование и формирование бюджета шоу-программ. Маркетинг. Маркетинговый анализ и маркетинговые исследования в сфере шоу. Целевые рынки и их сегментация. Планирование на основе маркетинговых исследований. Маркетинговый контроль.

**Тема 6. «Презентация проекта.» (2часа)**

Определение презентации и ее цели. Структура убеждения клиента. Виды презентаций. Цели проведения презентаций. Классификация презентаций. Виды электронных презентаций по способу представления информации. Преимущества презентации. Ключевые компоненты успешной презентации проекта. Организация и проведение закрытых и открытых презентаций для аудитории.

**Тема 7. «Формальное и неформальное управление шоу-проектом. Мотивирование, как управленческий процесс в продюсировании.» (2 часа)**

Факторы формального и неформального типов управления. Основные отличия формальной и неформальной групп. Сравнительная характеристика обоих типов управления, методов и механизмов воздействия. Методы управления персоналом шоу-проекта. Мотивирование. Виды и способы воздействия на персонал. Демотивационные факторы.

**Тема 8. «Продюсирование в условиях конкуренции шоу-проектов». (2часа)**

Продюсирование в условиях конкуренции. Экономический характер продюсирования в шоу-индустрии. Продюсирование как процесс в условиях конкуренции. Понятие и виды конкуренции в шоу-бизнесе. Формы конкуренции. Виды конкуренции. Базовые понятия. Условия появления конкуренции. Конкуренция по условиям продаж. Монополистическая конкуренция. Рыночная конкуренция. Совершенная несовершенная конкуренция в шоу индустрии. Способы выхода из конкурентной ситуации.

**ТЕМА 9. «Конфликты в шоу-проектах и пути их преодоления.» (2часа)**

Понятие, функции, задачи конфликта. Субъект и объект конфликта. Основные признаки конфликта. Виды конфликтов. Этапы развития конфликта. Методы разрешения противоречий и конфликтов. Способы разрешения конфликтов. Переговоры как способ преодоления конфликта. Виды переговоров.

**2.2. Содержание самостоятельной работы дисциплины (74 часа)**

1. Становление и развитие музыкального менеджмента за рубежом
2. Становление и развитие отечественного музыкального менеджмента в системе мировой зрелищной индустрии
3. Музыкальный шоу-бизнес – часть индустрии развлечений
4. Административная деятельность музыкально-зрелищных предприятий
5. Творческо-производственная деятельность музыкально-зрелищных предприятий
6. Нормативно-правовые основы шоу бизнеса
7. Профессиональные функции и направления деятельности музыкального менеджера
8. Понятие и сущность продюсирования
9. Проектный менеджмент
10. Музыкальный маркетинг – один из инструментов эмоционального воздействия на потребителя
11. Промоушн в сфере музыкального менеджмента
12. Бизнес – планирование творческого проекта
13. Студия грамзаписи – одно из основных звеньев музыкального шоу-бизнеса
14. Эстрадный имидж исполнителя
15. Виды и классификация ночных клубов
16. Технология организации шоу-программ
17. Менеджмент гастрольной деятельности
18. Реклама и PR в сфере музыкального менеджмента
19. Инновационные технологии в сфере индустрии зрелищ
20. Продюсирование музыкального проекта в студии
21. Виды и способы финансирования музыкальных проектов

**3.Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения**

Основные идеи и принципы образовательных технологий направлены на максимальную активизацию резервных возможностей студентов. Обучение рассматривается и реализуется как: творческая деятельность личности; обучение новым способам и средствам культурной коммуникации; практическая работа, направленная на овладение профессиональными навыками, разработку и реализацию творческих проектов. Процесс обучения предполагает развитие индивида и группы. Логика обучения предполагает два пути: от практики к концепции и от знаний к формированию практических навыков. Учебная работа строится от простого к сложному и от сложного к простому. Основой эффективного обучения являются принципы построения учебного занятия. Это фронтальные, групповые и индивидуальные методы работы, в результате чего возможна организация группового решения конкретных задач, выработки общего мнения и определение индивидуальной траектории развития личности, ее деятельности в конкретной профессиональной ситуации. На занятиях используются следующие формы работы:

* лекции-визуализации, лекция-диалог, лекция-дискуссия, лекция-диспут
* беседа
* просмотр видеоматериалов
* семинары
* использование метода «case study»
* использование интернет-ресурса для поиска необходимой информации;
* участие в научно-практических конференциях;
* слайды.

**4. Вид итогового контроля успеваемости:** дифференцированный зачет II семестр

1. **Средства диагностики успешности обучения**: конспект лекций, коллоквиум, контрольная письменная работа, защита през

**6. Рекомендуемая литература**

1. Айзеншпис Ю.«Зажигающий звёзды» - М.: Алгоритм, 2005. – 380 с
2. Атанесян А. Краткая инструкция для начинающего продюсера. - М.: Издательство УНЦ ДО, 2004. - 130 с.
3. Апфельбаум С., Игнатьева Е. Связи с общественностью в сфере исполнительного искусства. - М.: Классика-XXI, 2003. – 140 с.
4. Бурлаков Л. Экономика шоу- бизнеса (лекции). 2003 г.
5. Готовцев Л.И. Правда о шоу-бизнесе. - М.: Рипол Классик, 2004. – 368 с.
6. Гоулман Д. Эмоциональное лидерство: Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта. - М.: Альпина, 2005. – 301 с.
7. Грачев Г., Мельник И. Манипулирование личностью: Организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия // Центр экстремальной журналистики Союза журналистов России. - [www.cjes.ru/lib](http://www.cjes.ru/lib)
8. Грин Э. Креативность в паблик рилейшнз. - СПб.: Нева, 2004. – 256 с.
9. Гуревич П.С. Приключения имиджа: технология создания телевизионного образа и парадоксы его восприятия. - М.: Искусство, 1991. – 347 с.
10. Давидсон-Пасечник В. Технология имиджа. - Кишинев: Улим, 1999. – 245 с.
11. Доценко Е.Л. Психология манипуляции. Феномены, механизмы, защита. - М.: МГУ, 1996. - 344 с.
12. Жданова Е.И., Иванова С.В., Кротова Н.В. Управление и экономика в шоу-бизнесе. - М.: Финансы и статистика, 2003. – 176 с.
13. Иванов Г., Огурчиков, Сидоренко В. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера. Учебник для вузов. М.,2007. - 719 с.
14. Иванов Г.П., Огурчиков П.К., Сидоренко В.И. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера. - М.: ЮНИТИ, 2003. - 719 с.
15. Коновалов А.В. Маленькие секреты большого шоу-бизнеса. - СПб.: Питер, 2005. - 188 с.
16. Корнеева С. Как зажигают «звёзды». – СПб.: Питер, 2004. – 320 с.
17. Ньюсом Д., Терк Д., Крукеберг Д. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз. - М.: Инфра-М, 2001. - 628 с.
18. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера: Учебник для вузов/ Под ред. Г.П. Иванова, П.К. Огурчикова, B.C. Сидоренко. - М.: ЮНИАТИ-ДАНА, 2003.-719 с.
19. Панасов И.В. Шоу-бизнес. - М.: ЭКСМО, 2004, 384 с.
20. Перелыгина Е.Б. Психология имиджа. - М.: Аспект-Пресс, 2002. - 224с.
21. Пригожин И.И. Политика - вершина шоу-бизнеса. - М.: Алкигамма, 2001. -
320 с.
22. РR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. - М.: ИМИДЖ-Контакт, Инфра-М, 2002. - 493 с.
23. Поршнев А. Г., Азоев Г. Л. Маркетинг. Учеб. пособие для вузов / ГУУ. - М.: ЗАО Финстатинформ, 1999. - 89 с.
24. Раззаков Ф.И. За кулисами шоу-бизнеса. - М.: АСТ, 2004. - 943 с.
25. Рюмшина Л.И. Манипулятивные приемы в рекламе. - М.: МарТ, 2004. - 345 с.
26. Слободянюк Э. PеRсональный имидж. Имиджмейкинг в системе public relations // Зеркало рекламы, 2004, № 5.
27. Фадеева Е.И. Тайна имиджа. - М.: Европейский гуманитарный университет, 2002. - 128 с.
28. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: теория и практика. – М.: Дело, 2008. - 560 с.

**Интернет- ресурсы. Источники и ссылки:**

1. ru.wikipedia.org - свободная энциклопедия Википедия
2. mirslovarei.com - мир словарей
3. academic.ru - энциклопедии и словари
4. feb-web.ru - фундаментальная электронная библиотека
5. rubricon.com - крупнейший энциклопедический ресурс интернета
6. lexamusic.com – книги, статьи по шоу-бизнесу и продюсированию, музыкальный маркетинг, PR, музыкальный менеджмент
7. <http://cultureworld.ru/> - статьи и книги по шоу-бизнесу, маркетинг в сфере культуры, менеджмент в сфере шоу-бизнеса, реклама.
8. [studopedia.org/6-17038.html](http://studopedia.org/6-17038.html) - шоу бизнес и имиджмейкинг
9. https://www.youtube.com/playlist?list=PL6BC53F721D7F32ED – шоу и продюсирование. Практические видео материалы.
10. [guru.global-project.ru/prigozhin/](http://guru.global-project.ru/prigozhin/) - Иосиф Пригожин «Политика- вершина шоу-бизнеса»
11. <http://muzkontakt.ru/articles/cat/masterclass/> - статьи мастер-классы
12. klex.ru/7ab - Шмит Бернд. «Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений.»
13. <http://www.music-from.com/producer/producers.htm> - исполнителю о саунд продюсерах.
14. [rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=3429061](http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=3429061) - Корнеева С.М. «Музыкальный менеджмент»
15. [mu-che.titla.info/?site=lexamusic25qox3ynzeit&k=2](http://mu-che.titla.info/?site=lexamusic25qox3ynzeit&k=2) – музыкальные порталы
16. [twirpx.com/file/288365/](http://www.twirpx.com/file/288365/) - Жданова Е.И., Иванов С.В., Кротова Н.В. Управление и экономика в шоу-бизнесе
17. [hse.ru/data/2011/02/22/1208880612/Book\_Fundraising\_Predvarit%20Tulchinsky\_AVTORU.pdf](http://www.hse.ru/data/2011/02/22/1208880612/Book_Fundraising_Predvarit%20Tulchinsky_AVTORU.pdf) - Артемьева Т.В., Тульчинский Г.Л. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования
18. [litmir.me/bd/?b=206386](http://www.litmir.me/bd/?b=206386) - Выходит продюсер. Роднянский Александр
19. Четыре шага к озарению: Стратегии создания успешных стартапов **/** Стив Бланк; Пер.с англ.- М.: Альпина Паблишер,2014 – 368с
20. <http://wacademy.ru/news/intervyu-igorem-m-namakonovyim-dlya-startapyiru-/> - Интервью с Игорем М. Намаконовым на Стартапы.ру "Как создать свой стартап за 3 месяца"
21. <http://www.korneeva.net/index.php?req=link10> – Корнеева Светлана. «Как зажигают звезды.» <http://www.korneeva.net/index.php?req=link12> – создание проекта.
22. <http://bizkon.net/6132-kak-stat-uspeshnym-promouterom-koncertnyj-biznes-v.html> - Как стать успешным промоутером. Концертный бизнес в России - Ирина Щербакова, Илья Бортнюк
23. http://www.book4read.ru/publitsistika/6181.php - «Зажигающий Звезды. Записки и советы пионера шоу-бизнеса» Юрий Айзеншпис
24. <http://skachayknigu.ru/iznanka-shou-biznesa-lyusya-alekseeva.html> - Изнанка шоу-бизнеса. Л. Алексеева.
25. http://www.peoples.ru/undertake/show\_bisness/aizenshpis/interview.html - «От тюрьмы до шоу один шаг». Юрий Айзеншпис
26. [lib.sibnet.ru/book/17297](http://lib.sibnet.ru/book/17297) - Все о музыкальном бизнесе. Дональд Пассман
27. [knigafund.ru/books/149199](http://www.knigafund.ru/books/149199) - Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера: Учебник: под ред. Г.П. Иванова, П.К. Огурчикова, В.И. Сидоренко
28. <http://www.openbusiness.ru/html/produser.htm> - Продюсирование как свой бизнес. А.Крол
29. [knighulka.ru/28480-masterstvo-prodyusera-kino-i-televideniya.html/](http://knighulka.ru/28480-masterstvo-prodyusera-kino-i-televideniya.html/) - Мастерство продюсера кино и телевидения.
30. [window.edu.ru/resource/428/66428](http://window.edu.ru/resource/428/66428) - Менеджмент специальных событий в сфере культуры: Учебное пособие Герасимов С.В., Тульчинский Г.Л, Лохина Т.Е.
31. [labirint.ru/books/106733/](http://www.labirint.ru/books/106733/) - Лемер Синди. Искусство организации мероприятий.
32. <http://www.advertology.ru/> - поисковик имиджмейкерство, брендинг, маркетинг, креатив, BTL
33. sowrbazar.narod.ru - экономический сайт
34. management.com.ua – сайт менеджмент
35. [aup.ru/library/vn/002/](http://www.aup.ru/library/vn/002/) - электронные книги по менеджменту и маркетингу

ентации, творческое задание, опрос на семинарских занятиях.