**Рекомендованная литература**

**Основная литература:**

1. 1.Алексеева Л. Изнанка шоу-бизнеса / Л. Алексеева – М.: Акт Москва, 2008. – 220 с.
2. Барроу К., Барроу П., Браун Р. Бізнес-план: Практ. посіб. : Пер. з 3-го англ. вид. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2001. – 285 с.
3. Гаґоорт Ґ. Менеджмент мистецтва. Підприємницький стиль. / Ґ. Гаґоорт пер. з англ. Шумилович Б. – Львів: Літопис, 2008. – 360 с.
4. Гриценко О. Культура і влада. Теорія і практика культурної політики в сучасному світі / О. Гриценко – К.: УЦКД, 2000. – 228 с.
5. Деарлав Д. Бизнес путь: Ричард Брэнсон. 10 секретов лучшего в мире создателя брэнда / Д. Деарлав – СПб.: Издательство «Крылов», 2003. – 192 с.
6. Деарлав Д. Бизнес путь: Билл Гейтс. 10 секретов самого богатого в мире бизнес-лидера / Д. Деарлав – СПб.: Издательство «Крылов», 2003. – 208 с.
7. Деарлав Д. Бизнес путь: Руперт Мердок. 10 секретов крупнейшего в мире медиамагната / Д. Деарлав – СПб.: Издательство «Крылов», 2003. – 176 с.
8. Добротворский И. Л. Новые технологии победы: Как по-настоящему достичь успеха: практическое руководство / И.Добротворский М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2003. – 352 с.
9. Друкер П. Ф. Практика менеджмента / П. Друкер: Пер. с англ. : Уч. пос. – Москва: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 398 с.
10. Євтушенко О. Обличчя музики. Творчі портрети українських зірок / О. Євтушенко – Тернопіль: Джура, 2006. – 272 с.
11. Євтушенко О. Україна IN ROCK: статті та есеї / О. Євтушенко – К.: Грані-Т, 2011. – 240 с. іл.
12. Мельвиль Е. Правовые и экономические модели деятельности в сфере культуры и творческого предпринимательства / Е. Мельвиль – М: «Дело» АНХ, 2010. – 192 с.
13. Жданова Е. И., Иванов С. В., Кротова Н. В. Управление и экономика в шоу-бизнесе: учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 301с.
14. Жизнин С.З. Как стать предпринимателем? / С. Жизнин – М.: Издательство «Новости», 1990 – 80 с.
15. Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии: теории и практики / Е.Зеленцова, Н. Гладких / М.: «Классика-XXI», 2010 – 170 с.
16. Общество мечты / Р. Йенсен – Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. – 267 с.
17. Калюжний Є. Як стати і бути багатим: Філософія індивідуального успіху / Є. Калюжний – К.: Смолоскип, 2006. – 282 с.
18. Келлер К. Л. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом, 2-е издание: пер. с англ. / К. Келлер – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 704 с.
19. Кіндрацька Г. І. Основи стратегічного менеджменту: навч. Посібник / Г. Кіндрацька – Львів: Кінпатрі ЛТД, 2000. – 264 с.
20. Кольбер Ф., Нантель Ж., Білодо С., Річ Дж. Д. Маркетинг у сфері культури та мистецтв. Перекл. з англ. Яринич С. – Л.: Кальварія, 2004. – 240 с.
21. Коновалов А. Маленькие секреты большого шоу-бизнеса / А. Коновалов – СПб.: Питер, 2005. – 188 с.
22. Корнеева С. Как зажигают звёзды / С. Корнева – СПб: Питер, 2004. – 320 с.
23. Корнеева С. М. Музыкальный менеджмент: учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Музыкальный менеджмент» (061166) и специальностям культуры и искусства (050000) / С. Корнева – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 303 с.
24. Криштул Б.И. Кинопродюсер / Б. Криштул М.: РФК – Русская панорама, 2000. – 336 с.
25. Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура – глобальний підхід / Дж. Лалл – К.: К.І.С., 2002. – 263 с.
26. Ленглі С. Театральний менеджмент і продюсерство. Американський досвід / С. Ленглі. Перекл. з англ. Безґіна І. Д. – К.: ВВП Компас, 2000. – 496 с.
27. Ливнев С. Кино прибыльная отрасль // Эксперт. – 1997. – № 43. – С. 85-87.
28. Литовка О. В. Створення та організація спеціалізованого музичного проекту в жанрі рок-музики: навчальний посібник / О. Литовка – К., Кривий Ріг: «Новое видение», 2008 – 181 с.
29. Лурье А.С. Управление концертным делом / С. Лурье – М., 1998. – 123 с.
30. Михалевский Д. Маленькие рассказы о большом шоу-бизнесе / Д. Михалевский – М., 1994. – 55 с.
31. Панасов И. В. Шоу-бизнес/ И. Панасов – М.: Изд-во ЭКСМО: Донецк: Изд-во СКИФ, 2004. – 384 с.
32. Пассман Д. Всё о музыкальном бизнесе / Д. Пассман – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 420 с.
33. Поплавський М. М. Менеджер культури / М. Поплавський – К.: МП «Леся», 1996. – 320 с.
34. Поплавський М. М. Менеджер шоу-бізнесу: підручник / М. Поплавський – К.: Вид. КНУКІМ, 1999. – 560 с.
35. Поплавський М. М. Шоу-бізнес: теорія, історія, практика: підручник/ М. Поплавський – К.: 2001. – 560 с.
36. Рідерстралє Й., Нордстрем К. А. Караоке-капітализм / Й. Рідерстралє, К. Нордстрем – Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2004. – 312 с.
37. Романовський О. О., Романовська Ю. Ю. Мистецтво і секрети підприємницької діяльності: практичні поради підприємцям-початківцям: Навчальний посібник / О.Романовський, Ю. Романовська – К.: «Деміур», 2002. – 224 с.
38. Стеценко К. В. Принципи підготовки фахівців для галузі шоу-бізнесу / К. Стеценко – К.: КНУКІМ, «Вісник», Педагогіка, вип. 12, ч. 2, 2005. – 136 с.
39. Тульчинский Г. Л., Шекова Е. Л. Менеджмент в сфере культуры: учебное пособие / Г. Тульчинский, Е. Шекова – СПб., Краснодар: Лань, 2003. – 508 с.
40. Уэтлауфер С. Как помочь CoolBurst стать креативной организацией? Креативное мышление в бизнесе // Сборник статей журнала Harvard Business Review, Издат-во Альпина Бизнес Букс, 2006. – С 121-147.
41. Франкл В. Человек в поисках смысла: Сборник: пер. с англ. и нем. / Общ. Ред. Л. Я. Гозмана и Д. А. Леонтьева; вст. ст. Д. А. Леонтьева. – М.: Прогресс, 1990. – 368 с.
42. Хохель С. О. Ступени сознания / С. Хохель – Екатеринбург: «Литур». – 464 с.
43. Хокинс Дж. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги / Дж. Хокинс – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011. – 256 с.
44. Цеацура О. І. ЛАБА – тлумачний словник музичного та мистецького СЛЕНГУ / О. Цеацура – К.: «Украинский ренессанс», 2009. – 350 с.
45. Шарапова И. Легенда о русском шоу-бизнесе // Эксперт. 1997. - № 25.-С. 86-91.

**Дополнительная литература:**

1. Андреев С.Н. Основы концепции маркетинга некоммерческих субъектов // Маркетинг в России и за рубежом. – 1999. – № 5. – С. 27-30.
2. Архангельская М. Д. Бизнес-этикет, или Игра по правилам / М. Архангельская – М.: Изд-во Эксмо, 2004. – 160 с.
3. Бизнес-план инвестиционного проекта: Отечественный и зарубежный опыт. Современная практика и документация. Учеб. Пособие. – 5-е изд., перераб. и доп./Под ред. В. М. Попова. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 432 с.
4. Грушин Б.А., Зись А.Я., Фохт-Бабушкин Ю.У. Человек в мире художественной культуры / Б. Грушин, А. Зись, Ю. Фохт-Бабушкин – М.: Наука», 1982. – 140 с.
5. Котлер Ф., Триас де Без Ф. Новые маркетинговые технологии. Методики создания гениальных идей / Пер. с англ. под ред. Т. Р. Тэор. – СПб.: Издательский дом «Нева», 2004. – 192 с.
6. Музейная коммуникация: модели, технологии, практики. – Москва, 2010. – 199 с.
7. Новотный О., Фишер Я. Экономика культуры / О. Новотный – М.: Прогресс, 1990. – 278 с.
8. Пучкова Е.И. Маркетинг в сфере театрального искусства // Маркетинг успеха. 1999. - №4. – С. 49-55.
9. Розенталь А. Создание кино и видеофильмов как увлекательный бизнес / А. Розенталь – М.: Издательство Триум, Издательство Эра, 2000. – 352 с.
10. Рубинштейн А.Я. Введение в экономику исполнительского искусства / А. Рубинштейн – М.: Всесоюзное объединение Союзтеатр, 1991. – 382 с.
11. Рубинштейн А.Я. Экономика искусства / А. Экономика искусства – М.: Рик Культура, 1991. – 182 с.
12. Терехова О.В. Индустрия досуга в США / О. Терехова М.: Наука, 1983. – 176 с.
13. Томилов В.В., Песоцкая Е.В. Маркетинг в системе предпринимательства. СПб: «Геликон Плюс», 2000. – 520 с.
14. Тульчинский Г.Л. Маркетинг в сфере культуры / Г. Тульчинский – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургская Государственная Академия Культуры, 1995. – 90 с.
15. Уварова Е. Эстрадный театр: Обозрение мюзик-холлы / Е. Уварова – М., 1983. – 214с.
16. Флорида С. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / С. Флорида – М:. Издательский дом «Классика-XXI», 2005. – 234с.
17. Bagella М., Becchettithe L. Determinants of Motion Picture Box Office Performance: Evidence from Movies Produced In Italy // Journal of Cultural Economics. 1999. – vol. 23. - № 4. – p. 237-256.
18. Bjorkegren D. The Culture Business: Management Strategies for the Arts-related Business. London: Routledge, 1996. – 216 p.
19. Bloch P., Bruce G. Product involvement as leisure behavior // Advances in Consumer Research. 1984. - vol. 11. - p. 197-202.