

Учреждение образования
«Белорусский государственный университет
культуры и искусств»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор БГУКИ

_____ А. А. Корбут

« _____ » _____ 2017 г.

Регистрационный № УД- _____ /уч.

МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРЕ КИНЕМАТОГРАФИИ

*Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-210401 Культурология (по направлениям),
направления специальности 1-210401-02 Культурология (прикладная),
специализации 1-21 04 01-02 01 Менеджмент
социально-культурной деятельности*

2017

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 1-21 04 01-2013 по специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям) и учебного плана по специализации 1-21 04 01-02 01 Менеджмент социальной и культурной сферы, рег. № Д21-1-14/13 уч. от 27.06.2013.

СОСТАВИТЕЛЬ

А. В. Макаревич, старший преподаватель кафедры менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат искусствоведения

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

О. В. Архипова, профессор кафедры социально-культурной деятельности, туризма и гостеприимства Федерального государственного бюджетного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения», доктор философских наук, профессор;

Е. Н. Шаройко, доцент кафедры белорусской и мировой художественной культуры учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат искусствоведения

РЕКОМЕНДОВАНО К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол №4 от 17.02.2016);

президиумом научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 2 от 08.12.2016)

Ответственный за редакцию: В. Б. Кудласевич

Ответственный за выпуск: А. В. Макаревич

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

«Менеджмент в сфере кинематографии» – учебная дисциплина для студентов направления специальности «культурология (прикладная)» специализации «менеджмент социально-культурной деятельности».

В связи с тем что значение экранного искусства в целом и индустрии кино, в частности, для современного человека трудно переоценить, дисциплина «Менеджмент в сфере кинематографии» играет важную роль в подготовке специалистов гуманитарной сферы вообще и особенно в подготовке тех специалистов, одной из задач профессиональной деятельности которых является участие как в процессе производства кинопродукции, так и в организации процесса его выхода на рынок. Данный курс является логически закономерным и необходимым составляющим системы образования культуролога-менеджера и занимает важное место при подготовке специалиста данного профиля. Преподавание курса «Менеджмент в сфере кинематографии» осуществляется в непосредственной связи с такими дисциплинами, как «Основы менеджмента», «Маркетинг в сфере культуры», «Финансовый менеджмент», «Реклама в сфере культуры», «Продюсирование в музыкальной и аудиовизуальной сфере» и др. Программа учебной дисциплины рассчитана на подготовку специалистов в сфере культуры, в том числе будущих арт-менеджеров, продюсеров, дистрибьюторов.

Учебная дисциплина направлена на углубление знаний студентов и формирование необходимых умений и навыков менеджерской деятельности в сфере киноискусства. Освоение учебной дисциплины обеспечивает студентов знаниями о закономерностях развития современного отечественного и зарубежного киноискусства, об этапах становления и состоянии на сегодняшний день индустрии кино, об аспектах творческой и коммерческой деятельности в сфере экранного искусства; формирует у студентов профессиональный интерес к киноиндустрии и шоу-бизнесу.

Цель учебной дисциплины – формирование устойчивых теоретических представлений об особенностях функционирования киноиндустрии и освоение практических навыков реализации кинопроектов на национальном и мировом рынках кино.

Задачи учебной дисциплины:

– усвоение основных теоретических понятий и особенностей развития киноиндустрии в современных социокультурных условиях;

– ознакомление будущего специалиста с принципами функционирования инфраструктуры кинематографии за рубежом, обобщение опыта представителей крупных европейских и американских кинокомпаний;

– освоение студентами специфики творческо-организационных и финансово-экономических процессов в области киноиндустрии;

– овладение студентами умениями и навыками оценки экономической эффективности и зрительского потенциала кинопроизведения;

– углубление знаний в области кинематографического мастерства, сценарной разработки кинофильмов, формирование у студентов навыков практической реализации проекта на кинорынке.

Содержание учебной дисциплины «Менеджмент в сфере кинематографии» составляют технологические основы создания и реализации крупных и малобюджетных кинопроектов. Данная учебная дисциплина направлена на изучение тенденций развития киноиндустрии в Республике Беларусь; современной кинематографической инфраструктуры; изучение теоретических основ предпринимательской деятельности в сфере кинобизнеса.

Лекционные занятия направлены на раскрытие теоретических основ кинобизнеса и особенностей взаимодействия правовых, экономических, финансовых и маркетинговых стратегий создателей кинопродукции, а также на всесторонний анализ достижений в области мировой и отечественной киноиндустрии.

Практические занятия посвящены ознакомлению и освоению современной практики реализации кинопроектов и усвоению навыков разработки и реализации отдельных этапов кинопроекта.

Самостоятельная работа предполагает ознакомление студентов с наиболее значимыми с точки зрения экранной куль-

туры и кинобизнеса артефактами белорусских и зарубежных режиссеров.

Требования к усвоению дисциплины

Специалист должен быть способен:

АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом.

АК-3. Обладать исследовательскими навыками.

АК-4. Владеть навыками устной и письменной коммуникации.

АК-5. Обладать способностью к самообразованию.

АК-6. Уметь работать с научной информацией.

АК-7. Иметь навыки использования технических средств и работы с компьютером.

Специалист должен:

СЛК-1. Стремиться к социальному взаимодействию.

СЛК-2. Обладать способностью межличностной коммуникации.

СЛК-3. Быть способным к сотрудничеству и работе в команде.

СЛК-4. Формировать и аргументировать собственные суждения.

СЛК-5. Проявлять инициативу и креативность.

СЛК-6. Совершенствовать свой общекультурный и интеллектуальный уровень.

Специалист должен быть способен:

ПК-1. Готовить доклады, материалы к презентациям.

ПК-2. Пользоваться глобальными информационными ресурсами.

ПК-3. Анализировать публицистические материалы.

ПК-4. Работать с нормативно-правовыми актами.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен *знать*:

1. Сущность и особенности организации кинопроизводства и управления процессом выхода фильма на кинорынок.

2. Особенности и основные этапы производства и реализации кинопродукта.

3. Методические основы формирования маркетинг-менеджмента киноиндустрии.

4. Особенности организации кинофестивалей и критерии отбора кинокартин.

Студент должен *уметь* оптимизировать организационные структуры управления кинопредприятием с целью повышения основных финансово-экономических результатов их функционирования.

После изучения учебной дисциплины студент должен *владеть*:

1. Навыками определения экономической эффективности кинопродукта.

2. Умениями организации рекламной кампании.

3. Технологиями промоутерской деятельности.

При преподавании курса используются проектные и коммуникативные технологии, позволяющие студентам самостоятельно прийти к решению учебных задач. Ведущей формой обучения являются практические занятия, по ходу которых формируются и закрепляются организационно-творческие навыки.

Учебным планом на изучение учебной дисциплины «Менеджмент в сфере кинематографии» всего предусмотрено 58 часов, из них 34 часа – аудиторные занятия. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: лекционных – 4, практических – 30 часов. Рекомендуемая форма контроля знаний студентов – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Мировой кинематограф: общая характеристика и тенденции

Менеджмент в сфере кинематографии – как одно из передовых направлений арт-менеджмента. Кинобизнес и его составляющие. Специфика кинобизнеса. Понятие и сегменты кинорынка. Мировые кинорынки.

Предпосылки становления киноиндустрии. Взаимосвязь киноиндустрии с политическими, экономическими и социально-культурными факторами. Современное состояние и основные тренды развития киноиндустрии в Западной Европе, США, Восточной Европе. Основные понятия киноиндустрии (кино-студия, кинопродукция, кинопоказ, кинопрокат).

Тема 2. Технологические этапы современного кинопроизводства

Понятие «кинопроизводство». Характеристика основных этапов процесса кинопроизводства (development, pre-production, production, post-production, distribution). Дополнительные этапы (съемка уходящей природы, пересъемка и досъемка эпизодов фильма и др.). Создание фильмокопии. Привлечение команды. Информационно-методическая группа. Техника общения и этика в сфере кинопроизводства.

Процесс интернационализации кинопроизводства. Мировые тенденции в развитии кинопроизводства. Цифровые технологии производства (Digital Intermediate). Возможности кинопроизводства в Республике Беларусь.

Тема 3. Понятие кинопроцесса: организационно-творческие и управленческие особенности

Понятие кинопроцесса и его составляющие. Основы кинематографического мастерства. Кинодраматургия, особенности кинодраматургии неигровых видов кино и художественной мультипликации. Кинооператорское мастерство (композиция кинокадра, изобразительная композиция фильма, работа над экранным образом актера, съемочно-постановочная работа над павильонными, интерьерными, натурными объектами,

стилем фильма). Кинорежиссура и руководство коллективным творческим процессом (организация предкамерного пространства; мизансцена и мизанкадр; киномонтаж; кинорежиссер и киноактер; индивидуальный творческий стиль кинорежиссера; «авторское кино»).

Другие участники коллективного процесса создания фильма (звукорежиссер, художник-постановщик, художник-декоратор, художник по костюмам и др.).

Тема 4. Эволюция и состояние сферы кинематографа в Республике Беларусь

Современные процессы глобализации киносферы и их влияние на киноиндустрию Республики Беларусь. Киноиндустрия – пути и проблемы ее развития в Республике Беларусь. Социально-экономическое значение отечественной киноиндустрии и возможные тенденции ее эволюции. Влияние политической и экономической жизни страны на состояние киноиндустрии. Цели и задачи менеджмента киноиндустрии в Республике Беларусь. Перспективные направления организации кинодеятельности.

Пути развития кинобизнеса и становления кинорынка в Республике Беларусь.

Тема 5. Основы фестивального менеджмента в сфере кинематографа

Роль фестивальной деятельности в сфере кинематографа. Типология фестивалей. Анализ зарубежного опыта развития фестивальной деятельности (Каннский, Берлинский, Венецианский и др. фестивали, кинопремия «Оскар»). Роль фестивалей в продвижении некоммерческих фильмов.

Характеристика организационно-управленческой деятельности Международного минского кинофестиваля «Лістапад» и Международного детского кинофестиваля «Лістападзік». Фестивали рекламы («Каннские львы», «Ночь пожирателей рекламы», «Белый квадрат» и др.).

Тема 6. Рекламная кампания в сфере кинематографа: особенности, типы и этапы

Роль рекламы в кино. Реклама в кинотеатре. Реклама в кино (технология Product Placement). Реклама на телевидении. Разработка рекламной кампании кинопродукции. Методы определения рекламного бюджета: долевого подход, аналоговый подход, прогнозный и остаточный подходы. Руководство рекламной кампанией. Стратегия рекламы кино. Использование PR-технологий в киноиндустрии. Механизм использования ATL-рекламы. Трейлеры. Сценарное мастерство в рекламе. Айдентика. Арт-дирекшн. Копирайтинг. Различия в рекламе фильмов стиливого направления арт-хаус и «мейнстрим».

Способы продвижения фильмов на отечественном рынке. Проблемы развития кросс-промоушна в Белоруссии.

Тема 7. Финансовый менеджмент в сфере кинематографии: организация системного финансирования кинопроцесса

Основные финансовые параметры кинопроекта. Производственный и прокатный бюджет. Время производства и время проката. Прогноз доходов. Основные источники финансирования кино (инвестор, спонсоры, меценаты, банки, лизинговые и производящие компании, специализированные фонды и др.). 100% и доленое финансирование. Особенности финансирования кинопроектов государственными организациями.

Модель прибыли кинокомпании. Модель прибыли производственной компании. Модель прибыли дистрибьютера.

Тема 8. Формирование маркетинговой стратегии.

Особенности маркетинга кинорынка

Цели и задачи маркетинга в сфере рынка сбыта кинопродукции. Особенности маркетингового плана на каждом этапе производства и реализации кинопроекта. Структура расходов киноотрасли.

Кинопродукция как неотъемлемая и определяющая часть кинорынка. Интеграция кинопроизводства, кинораспределения и кинопотребления. Специфика кинопродукции как объекта маркетинга. Потребительские характеристики кинопродукции. Изменение роли кинопродукции как товара и как услуги. Потребительские свойства кинофильма. Возможности извлечения прибыли в киноотрасли. Специфика ценообразования в киноиндустрии. Соотношение цены и качества кинопродукции и их

взаимообуславливающие факторы. Показатели эффективности расходования средств на маркетинг в киноиндустрии.

Тема 9. Интернет и кинобизнес: перспективы конвергенции

Интернет – как глобальная телекоммуникационная сеть. Понятие веб-браузера и гипертекста. Рунет – русскоязычный сегмент Интернета. Тенденции развития научно-технического прогресса в сфере производства и продвижения фильмов. Передача данных с помощью глобальных информационных технологий.

Использование Глобальной сети в качестве рекламной площадки кинопродукции. Маркетинговые стратегии в Интернете. Возможности Интернета как площадки для рекламной кампании фильма. Размещение информации. Создание и поддержка сайта и официального блога фильма. Характеристика контента. Видеореклама в Интернете.

Тема 10. Законодательное регулирование кинобизнеса в Республике Беларусь

Правовое обеспечение производства кино и кинопроекта. Особенности юридических аспектов всех этапов производства, продвижения и проката. Маркетинг кинопродукции: правовые аспекты. Правовые аспекты деятельности кинопродюсера: юридические и правовые акты, нормативные документы. Содержание продюсерского договора.

Авторское право и смежные права в киноиндустрии. Собственник фильма. Покупка сценария и приобретение права на постановку. Приобретение лицензии. Дистрибьютерское соглашение. Влияние государственной политики на сферу культуры и искусства в целом и на киноиндустрию, в частности.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА

Название темы	Количество аудиторных часов		Количество часов УСР	Форма контроля знаний
	лекции	лабораторные занятия		
<i>Тема 1.</i> Мировой кинематограф: общая характеристика и тенденции	2	2	2	Опрос. Письменная работа
<i>Тема 2.</i> Технологические этапы современного кинопроизводства		2		
<i>Тема 3.</i> Понятие кинопроцесса: организационно-творческие и управленческие особенности		2		
<i>Тема 4.</i> Эволюция и состояние сферы кинематографа в Республике Беларусь	2	2		
<i>Тема 5.</i> Основы фестивального менеджмента в сфере кинематографа		4	2	Опрос. Письменная работа
<i>Тема 6.</i> Рекламная кампания в сфере кинематографа: особенности, типы и этапы		4		
<i>Тема 7.</i> Финансовый менеджмент в сфере кинематографии: организация системного финансирования кинопроцесса		2		
<i>Тема 8.</i> Формирование маркетинговой стратегии. Особенности маркетинга кинорынка		6		
<i>Тема 9.</i> Интернет и кинобизнес: перспективы конвергенции		4	2	Опрос. Письменная работа
<i>Тема 10.</i> Законодательное регу-		2		

лирование кинобизнеса в Республике Беларусь				
Всего...	4	30	6	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная

1. Агафонова, Н.А. Общая теория кино и основы анализа фильма / Н.А. Агафонова. – Минск : Тесей, 2008. – 392 с.

2. Вайнъярд, Дж. Постановка съемок кино- и видеофильмов / Дж. Вайнъярд ; пер. с англ. под ред. А.А. Белоусова, А. И. Винокура. – СПб. : Изд-во СПбГУКиТ, 2001. – 139 с.

3. Горюнова, Г.Н. Организация производства кинофильмов / Г.Н. Горюнова. – М. : Искусство, 2008.

4. Евменов, А.Д. Дистрибуция в кинематографе : учеб. пособие для вузов / А. Д. Евменов [и др.] ; С.-Петербург. гос. ун-т кино и тел. – СПб. : СПбГУКиТ, 2014. – 115 с.

5. Евменов, А.Д. Организация производства на предприятиях кинематографии и телевидения : учеб. пособие / А.Д. Евменов, Э.К. Какосьян, П.В. Данилов. – СПб. : Изд-во СПбГУКиТ, 2010. – 97 с.

6. Евменов, А.Д. Исследование систем продюсирования кинопроизводства / А.Д. Евменов, Э.К. Какосьян, П.В. Данилов. – СПб.: Изд-во СПбГУКиТ, 2011. – 123 с.

7. Жабский, М.И. Феномен массовости кино / М. И. Жабский. – М. : НИИ киноискусства, 2004. – 368 с.

8. Жданова, Е.И. Управление и экономика в шоу-бизнесе: учеб. пособие / Е.И. Жданова, С.В. Иванов, Н.В. Кротова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 176 с.

9. Изволов, Н.А. Феномен кино: История и теория / Н. А. Изволов. – М. : ЭГСИ, 2001. – 320 с.

10. Иоскевич, Я.Б. Интернет как новая среда художественной культуры / Я.Б. Иоскевич. – СПб. : РИИИ, 2006. – 168 с.

11. История зарубежного кино (1945–2000) : учеб. пособие / К. Э. Разлогов, В. А. Утилов [и др.]; отв. ред. В.А. Утилов. – М. : Прогресс-Традиция, 2005. – 566 с.

12. Кокарев, И. Кино как бизнес и политика / И. Кокарев. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 344 с.

13. *Косинова, М.И.* Дистрибьюция и кинопоказ в России / М. И. Косинова. – Рязань : Изд-во Ряз.обл.тип., 2009.

14. *Косинова, М.И.* История кинопродюсерства в России: учеб. пособие / М.И. Косинова ; под ред. В. И. Фомина; Гос. ун-т упр., каф. менеджмента в кино и ТВ, Продюс. арт-центр «Светотень». – М. ; Рязань : Узорочье, 2004. – 332 с.

15. *Макарова, Е.А.* Арт-менеджмент как вид профессиональной деятельности в сфере культуры и искусства / Е.А. Макарова // Весн.Ин-та культуры Беларусі. – 2012. – № 5. – С. 94–101.

16. *Макарова, Е.А.* Теория и технологии арт-менеджмента : науч.-метод. пособие / Е.А. Макарова. – Минск, 2013. – 129 с.

17. Мастерство продюсера кино и телевидения: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «продюсерство кино и телевидения» и другим кинематограф. специальностям / под ред. П.К. Огурчикова, В.В. Падейского, В. И. Сидоренко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 863с.

18. Основы продюсерства: Аудиовизуал. сфера: учебник для вузов по специальностям в обл. кино и телевидения /В. В. Арсеньев, И.Д. Барский, А.Л. Богданов [и др.] ; под ред. Г. П. Иванова [и др.]. – М. : ЮНИТИ-Дана, 2003. – 719 с.

19. *Переверзев, М.П.* Менеджмент в сфере культуры и искусства: учеб. пособие / М.П. Переверзев, Т.В. Косцов; под ред. М.П. Переверзева. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 192с.

20. *Познин, В.Ф.* Аудиовизуальный продукт : технология плюс творчество : моногр. / В.Ф. Познин. – СПб. : Изд-во СПбГУКиТ, 2006. – 256 с.

21. *Разлогов, К.Э.* Искусство экрана : от синематографа до Интернета / К.Э. Разлогов. – М. : РОССПЭН, 2010. – 287 с. : ил.

22. *Сельянов, С.М.* Методические указания по выполнению практической работы по дисциплине «Мастерство продюсера кино и телевидения» для студентов специальности «продюсерство кино и телевидения» / С.М. Сельянов, П.В. Данилов, Э. К. Какосьян. – СПб.: Изд-воСПбГУКиТ, 2009.

23. *Шубина, И.В.* Основы драматургии и режиссуры рекламного видео /И.В. Шубина. – Ростов н/Д: Март, 2004. – С. 27–177.

Дополнительная

1. *Абросимов, Н.В.* PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании / Н. В. Абросимов. – М. : Лаборатория книги, 2012. – 144 с.

2. *Арабов, Ю.* Кинодраматургия. Мастер-класс 01 / Ю. Арабов. – М. : Мир искусства, 2010. – 88 с.

3. *Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности : сб. ст. / Белорус. гос. ун-т культуры и искусств ; под ред. С. Б. Мойсейчук, А. И. Степанцова. – Минск : БГУКИ, 2012. – 155 с.*

4. *Беларуская культура сёння: гадавыгляд, 2009/ А. М. Бязуглы [і інш.]; пад агул. рэд. Т.І. Стружэцкага; М-ва культуры Рэсп. Беларусь, Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў. – Мінск: БДУ культуры і мастацтваў, 2010. – 148 с.*

5. *Блинкина-Мельник, М.М.* Рекламный текст. Задачник для копирайтеров / М.М. Блинкина-Мельник. – М.:ОГИ, 2003. – С. 11–72.

6. *Вакурова, Н.В.* Типология жанров современной экранной продукции: учеб. пособие / Н. В.Вакурова, Л. И. Московин. – М.:Ин-т совр. искусства, 1997. – 157с.

7. *Дворко, Н.И.* Профессия – режиссер мультимедиа / Н. И. Дворко. –СПбГУ, 2004. – 160 с.

8. *Данилов, П.В.* Методические указания по выполнению практических занятий по дисциплине «Основы кинематографического мастерства» для студентов / П.В. Данилов, Э. К. Какосьян, В.И. Смородин. – СПб.: Изд-воСПбГУКиТ, 2011.

9. *Евменов, А.Д.* Маркетинг в социальной сфере: учеб. пособие /А.Д. Евменов, Э.К. Какосьян, П.В. Данилов. – СПб. : Изд-воСПбГУКиТ, 2010.

10. *Жабский, М.И.* Социокультурная драма кинематографа. Аналитическая летопись 1969–2005 гг. / М.И. Жабский. – М.: Канон +, 2009. – 775 с.

11. *Зак, М.Е.* Кино как искусство, или Настоящее кино / М. Е. Зак. – М. : Материк, 2004. – 440 с.

12. *Как просить деньги на некоммерческие проекты у благотворительных фондов: (В помощь пишущим заявки на гранты) / под ред.Д.А. Даушева, Е.А. Симонова. – М. : Радуга, 1994. – 64 с.*

13. *Короткий, В.М.* Операторы и режиссеры русского игрового кино. 1897–1921: Биофильмографический справочник / В. М. Короткий. – М., 2009. – 431 с.

14. *Коханенко, А.И.* Имидж рекламных персонажей / А. И. Коханенко. – М. ; Ростов н/Д: Март, 2004. –144с.

15. *Макаревич, А.В.* Видеоарт и его разновидности: попытка дифференциации / А.В. Макаревич // Матэрыялы V Міжнароднага канф. «Традыцыі і сучасны стан культуры і мастацтваў», Мінск, 20–21 лістап. 2014 г. / уклад. Ю. В. Пацюпа; гал. рэд. А.І. Лакотка; Цэнтр даследаванняў беларус. культуры, мовы і літаратуры НАН Беларусі. – Мінск : Права і эканоміка, 2014. – С. 170–171.

16. *Маклюэн, М.* Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн ; пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский : КАНОН-пресс-Ц : Кучково поле, 2003. – 464 с.

17. *Митта, А.* Кино между адом и раем / А. Митта. – М.: Эксмо-Пресс, 2002. – 560с.

18. *Потемкин, С.В.* Эстетика видео, телевидения и язык кино / С.В. Потемкин. – СПб. : Изд-во СПбУКиТ, 2001. – 111 с.

19. *Теракопян, М.Л.* Нереальная реальность (Компьютерные технологии и феномен «нового кино») / М. Л. Теракопян. – М.: Материк, 2007. – 151 с.

20. *Федотова, Л.Н.* Социология рекламной деятельности: учебник для вузов / Л.Н. Федотова. – 3 изд., испр. и доп. – М.: Оникс, 2007. – С. 161–543.

21. *Фрольцова, Н.Т.* Типология творческой деятельности в аудиовизуальной коммуникации / Н.Т. Фрольцова. – Минск : БГУ, 2003. – 217 с.

22. *Хренов, Н.А.* Социально-психологические аспекты взаимодействия искусства и публики / Н.А. Хренов. – М.: Просвещение, 1981. – С. 246–340.

23. *Шмитт, Б.* Бизнес в стиле шоу: Маркетинг в культуре впечатлений / Б. Шмитт, Д. Роджерс, К. Вроцос. – М.: Вильямс, 2005. – 400 с.

24. *Экономика культуры: учеб. пособие / Е.А. Игнатьева.* – М. : Слово, 2013. – 384 с.

25. *Экран и культура : Белорусское кино и телевидение в системе художественной культуры / А.В. Красинский, Г.В. Ратников, Л.Н. Зайцева; ред. А.В. Красинский; АН БССР, Ин-т*

искусствоведения, этнографии и фольклора. – Минск : Наука и техника, 1988. – 255 с.

Характеристика инновационных подходов к преподаванию дисциплины

Инновационный подход к преподаванию дисциплины соотносится с требованиями системы высшего образования, определяющими становление особых социально-личностных качеств выпускника. В преподавании учебной дисциплины «Менеджмент в сфере кинематографии» применяются технологии, направленные на формирование инновационного поведения субъектов образовательного процесса. Методологическими особенностями учебной дисциплины являются: 1) обновление содержания дисциплины, которое направлено, прежде всего, на развитие компетенций, адекватных современной практике. Содержание учебной дисциплины четко структурировано и представлено в виде мультимедийных учебных материалов, которые передаются с помощью современных средств коммуникации; 2) внедрение активных методов формирования компетенций, которые выражаются во взаимодействии обучающихся и вовлечении их в учебный процесс, в противовес пассивному восприятию материала.

Курс «Менеджмент в сфере кинематографии» предполагает активное использование демонстрационного аудиовизуального материала и дискуссионность общения.

Контроль самостоятельной работы

Согласно положению о самостоятельной работе студентов, утвержденному Министерством образования Республики Беларусь, самостоятельная работа студентов в ходе прохождения учебной дисциплины «Менеджмент в сфере кинематографии» базируется на различных формах с учетом личностных качеств студентов. Целью самостоятельной работы является формирование у учащихся стремления к самообразованию и повышению их конкурентоспособности. Самостоятельная работа студентов организуется посредством следующих видов деятельности: выполнение творческих заданий, разработка и презентация фрагментов арт-проектов, участие в коллективных формах практико-ориентированной и учебно-исследовательской дея-

тельности, знакомство с результатами творческой деятельности представителей крупных киношкол.

Оценка качества самостоятельной работы студентов определяется степенью их активности в ходе семинарских и практических занятий, включая итоговый контроль в форме зачета, а также контроль полученных знаний на занятиях, выделенных на управляемую самостоятельную работу (УСР). Форма проведения занятий по УСР – письменный опрос, который подразумевает краткий ответ на предложенные вопросы по темам, выделенным на УСР.

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Цели, задачи и функции менеджмента в сфере кинематографии.

2. Понятие киноиндустрии как одного из передовых направлений арт-менеджмента.

3. Мировой кинематограф: общая характеристика и тенденции.

4. Кинопроцесс: организационно-творческие и организационно-управленческие особенности.

5. Основные творческие профессии в киноиндустрии.

6. Понятие и становление кинопроизводства.

7. Технологические этапы современного кинопроизводства.

8. Стадия кинопроизводства «development».

9. Подготовительный период (pre-production).

10. Съёмочный период (production).

11. Монтажно-тонировочный период (post-production).

12. Понятие кинодистрибуции (distribution).

13. Производство кино (съёмочный период).

14. Кинопроцесс (период пост-продакшн).

15. Фундаментальная обязанность продюсера – реализация фильма на рынке.

16. Формирование ведущих творческих профессий кинопроизводства.

17. Участники коллективного процесса создания фильма.

18. Роль и значение фестивалей в современном искусстве.

19. Некоммерческое кино – критерии оценки.

20. Фестивальная деятельность: некоммерческое кино и проблемы его продвижения.

21. Фандрайзинг и его использование при формировании средств для продвижения некоммерческого кино.
22. Характеристика организационно-управленческой деятельности Международного минского фестиваля «Лістапад».
23. Характеристика организационно-управленческой деятельности Международного детского фестиваля «Лістападзік».
24. Питчинг как презентация кинопроекта.
25. Рекламная кампания в киноиндустрии: особенности, типы и этапы.
26. Направления работы рекламной кампании фильма.
27. Этапы и стратегия проведения рекламной кампании кино.
28. Виды рекламы в киноиндустрии. Кино-PR.
29. Понятие коммерческой и социальной рекламы.
30. Руководство рекламной кампанией.
31. Значение рекламы в киноиндустрии.
32. Специфика применения маркетинговых коммуникаций в киноиндустрии.
33. Главные составные части плана маркетинга в киноиндустрии.
34. Стратегия маркетинга на этапе кинопроизводства.
35. Стратегия маркетинга и рекламы на этапе кинопоказа.
36. Показатели эффективности расходования средств на маркетинг.
37. Специфика ценообразования в киноиндустрии. Соотношение цены и качества кинопродукции и их взаимообуславливающие факторы.
38. Развитие кинематографической отрасли в Беларуси на современном этапе.
39. Особенности кинопроизводства Республики Беларусь.
40. Цели менеджмента киноиндустрии на территории Беларуси.
41. Законодательное регулирование киноvideобизнеса в Республике Беларусь.

Тематика рефератов

1. Понятие киностудии, эволюция и становление мегакорпораций.
2. Деятельность и опыт крупных киностудий мира.

3. Роль и значение менеджмента в современном кинобизнесе.
4. Отличительные черты системы управления в киноиндустрии.
5. Особенности фестивального менеджмента.
6. Потребительские характеристики кинопродукции в качестве товара и в качестве услуги.
7. Особенности формирования спроса на отечественную кинопродукцию.
8. Рейтинги телеканалов и кинофильмов.
9. Место телевидения в системе современных средств массовой информации.
10. Принципы реализации кинопродукции в Республике Беларусь.
11. Законодательное регулирование кинобизнеса в Республике Беларусь.
12. Специфика проведения маркетинговых исследований в сфере киноискусства.
13. Организация рекламных мероприятий премьерного кинопоказа.
14. Влияние государственной политики на сферу культуры и искусства в целом и на киноиндустрию, в частности.
15. Цифровые технологии в кинематографе и телевидении (производство и показ).
16. Нестандартные способы кинотеатрального продвижения.
17. Проблемы интеграции кинопроизводства, кинораспределения и кинопотребления.
18. Комплекс маркетинга «4P» и концепция «4C» и их применение в сфере кинопродукции.

Примерная тематика дипломных работ

1. Эволюция и состояние киноиндустрии в Республике Беларусь.
2. Социально-экономическое значение киноиндустрии в условиях глобализации культурного развития нашей страны.
3. Арт-менеджмент в киноиндустрии Республики Беларусь.
4. Кинофестиваль как механизм развития белорусского современного экранного искусства.

Учебное издание

МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРЕ КИНЕМАТОГРАФИИ

*Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-21 04 01 Культурология (по направлениям),
направления специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная),
специализации 1-21 04 01-02 01 Менеджмент
социально-культурной деятельности*

Корректор В. Б. Кудласевич
Технический редактор А. В. Гицкая

Подписано в печать 2017. Формат 60x84 ¹/₁₆.
Бумага офисная. Ризография.
Усл. печ. л. 1,16. Уч.-изд. л. 0,76. Тираж экз. Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/177 от 12.02.2014.
ЛП № 02330/456 от 23.01.2014.
Ул. Рабкоровская, 17, 220007, г. Минск.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ