

Учреждение образования
«Белорусский государственный университет
культуры и искусств»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор БГУКИ

_____ Н. В. Карчевская

_____ 2018 г.

Регистрационный № УД-_____ /уч.

МЕНЕДЖМЕНТ В КИНОИНДУСТРИИ

*Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине
для специальности II ступени высшего образования
1-20 81 01 Арт-менеджмент*

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 1-20 81 01-2013 и учебного плана по специальности 1-20 81 01 Арт-менеджмент

СОСТАВИТЕЛЬ

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

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Н. А. Агафонова, старший научный сотрудник государственного научного учреждения «Центр исследований белорусской культуры, языка и литературы Национальной академии наук Беларуси», кандидат искусствоведения, доцент;

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 01.03.2017);
президиумом научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 4 от 20.04.2017)

Ответственный за редакцию: В. Б. Кудласевич

Ответственный за выпуск: А. В. Макаревич

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Современное киноискусство, кинематограф и киноиндустрию в целом невозможно представить без арт-менеджера, который ориентируется на состояние сегодняшнего кинорынка и кинопроизводства, способен разрабатывать оптимальную стратегию кинопроката, знает историю кинематографа, понимает процессы эволюции, этапы становления, владеет навыками выявления закономерностей развития кинематографа в связи с его социально-культурной, экономической и политической обстановкой в мире.

Актуальность учебной дисциплины для магистрантов специальности 1-20 81 01 Арт-менеджмент заключается в том, что менеджмент в киноиндустрии является одной из самых динамично развивающихся и прибыльных отраслей арт-менеджмента в мире.

Арт-менеджер является важнейшей фигурой в современном кинематографе. Это новый тип предпринимателя, который осуществляет идейно-художественный, организационно-производственный и финансовый контроль в киноотрасли. Его роль в кино – это своего рода симбиоз искусства и арифметики. Он не только должен интуитивно чувствовать перспективность кинопроекта, но иметь деловую хватку при его реализации, решать целый комплекс сложных задач, что определяется набором компетенций магистра.

Цель учебной дисциплины – раскрыть особенности разработки систем управления организациями кинопроката и кинопоказа и раскрыть особенности реализации кинопроектов в киноиндустрии.

Задачи учебной дисциплины:

- определение социально-экономического значения киноиндустрии в условиях глобализации культурного развития страны;
- освоение теоретических принципов и практических подходов современного коммерческого управления бизнес-процессами в кинодеятельности;
- проанализировать организационно-экономические аспекты управления развитием отечественных и зарубежных организаций кинематографии и обобщить опыт наиболее влиятельных игроков современного кинорынка;

– овладение механизмами определения экономической эффективности кинопроекта.

В соответствии с образовательным стандартом подготовки магистрантов по специальности II ступени высшего образования «арт-менеджмент» учебная дисциплина «Менеджмент в киноиндустрии» нацелена на формирование следующих групп профессиональных компетенций магистрантов:

ПК-1. Вовлекать разные группы населения и отдельных индивидов к процессу создания, освоения, сохранения и распространения ценностей культуры.

ПК-2. Использовать нормативно-правовую базу сферы культуры.

ПК-3. Реализовывать общегосударственные, региональные и ведомственные программы и проекты в сфере культуры и искусств.

ПК-8. Проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и осуществлять международные, республиканские, региональные и целевые социально-культурные проекты.

ПК-9. Составлять рекламную стратегию культурно-досуговых программ, применять методику подбора слоганов для культурных проектов.

ПК-10. Разрабатывать и проводить кампании по связям с общественностью, взаимодействовать со СМИ.

ПК-11. Оценивать состояние, тенденции и перспективы развития сферы культуры и искусств.

ПК-12. Прогнозировать, планировать и организовывать инновационно-методическую и художественно-творческую деятельность.

ПК-13. Выявлять интересы и педагогические потребности населения в различных жанрах театральных спектаклей и видах представлений.

В результате изучения учебной дисциплины «Менеджмент в киноиндустрии» магистры должны *знать*:

– теоретические принципы и практические подходы современного коммерческого управления бизнес-процессами в кинодеятельности;

– определение социально-экономического значения киноиндустрии в условиях глобализации культурного развития страны.

Магистры должны *уметь*:

- работать в команде, направлять ее деятельность;
- внедрять современные стереосистемы и новейшие компьютерные технологии в практику кинопроката;
- определять жанрово-тематические приоритеты в структуре предлагаемой кинопродукции;
- обеспечивать координацию и взаимодействие между всеми субъектами кинопроцесса и кинопроката;
- выявлять динамику интереса аудитории к киноискусству и изменений ее ориентации в области кинорепертуара;
- искать и привлекать новые каналы распространения кинопродукции (кинотеатральная сеть, кабельное и спутниковое телевидение, видео).

Магистры должны *владеть*:

- технологиями систематического проведения мониторинга и сегментации рынка кинопроката;
- технологией внедрения маркетинговых технологий в практику деятельности кинотеатров;
- созданием и организацией технической поддержки сайтов в системе отечественного кинопроката;
- технологиями совершенствования рекламных технологий как комплекса.

В последнее десятилетие актуализировалась потребность арт-менеджмента в системе кинопроката. Непосредственно на будущего арт-менеджера в сфере кинематографии возлагается решение ряда профессиональных задач:

- выбор литературной основы, идеи, темы будущего фильма;
- преобразование идеи в сценарий кинокартины;
- обеспечение финансирования кинопроекта;
- соблюдение авторского и смежных прав;
- обеспечение исторической и фактологической достоверности сценария фильма;
- разработка бизнес-плана и творческо-производственных показателей;
- анализ кинорынка и определение стратегии маркетинга кинопродукции;
- создание съемочной группы;
- организация постановочного этапа кинопроекта;
- контроль текущего материала;

- организация монтажно-тонировочных работ;
- обеспечение проката фильма;
- оценка экономической эффективности законченного фильма;
- организация вторичных рынков сбыта кинопродукции.

Таким образом, дисциплина «Менеджмент в киноиндустрии» призвана обеспечивать подготовку организаторов фильмопроизводства, менеджеров высшей квалификации в сфере дистрибьюции и кинотеатрального показа, кинопродюсерства, кинопроката и менеджмента организации съемочного процесса фильмов, телесериалов и др.

Учебным планом на изучение дисциплины «Менеджмент в киноиндустрии» всего предусмотрено 86 часов, из них 44 часа – аудиторные занятия. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: лекционных – 18 часов, практических – 18 часов, лабораторных – 6 часов.

Рекомендуемая форма контроля знаний магистров – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение. Социально-экономическое значение киноиндустрии в условиях глобализации культурного развития Беларуси

Киноиндустрия Беларуси в ее связи с мировым кинематографом и процессом влияния кино на социально-экономическую сферу страны. Кинодеятельность как объект и механизм формирования определенной социокультурной среды в конкретных хозяйственно-экономических условиях.

Цели и задачи современного арт-менеджмента в киноиндустрии. Проблемы формирования теоретических принципов и практических подходов современного коммерческого управления бизнес-процессами в кинодеятельности. Рост творческих и экономических международных связей киносистем различных стран как тенденция интернационализации бизнес-процессов в киносфере. Значение совместного с другими странами кинопроизводства для Беларуси.

Тема 2. Государственная поддержка отечественного кинопроизводства и кинопроката

Основные тенденции развития отечественной киноиндустрии: расширение диапазона услуг в киносфере, прогрессирующие потребности современного общества в предложениях индустрии досуга, всеобъемлющее развитие научно-технического прогресса и технологий, многоохватность рынков. Современная киноиндустрия характеризуется интенсификацией конкуренции, нарастающей значимостью построения связи с аудиторией и качеством удовлетворения спроса.

Содержание и значение Концепции развития кинематографа Беларуси на 2015–2020. Основные направления государственной поддержки в сфере кинематографии касаются вопросов фильмопроизводства (назначение грантов), государственно-частного и государственно-общественного партнерства в кинопроизводстве и кинопрокате, усовершенствования нормативно-правового обеспечения кинематографической сферы, подготовки кинематографических кадров.

Тема 3. Организационно-экономические аспекты управления отечественными и зарубежными организациями кинематографии

Характеристика деятельности организаций киноиндустрии зарубежных стран и России с точки зрения целей их функционирования, источников финансирования, возможных форм взаимоотношений с государством. Определение факторов, влияющих на развитие организаций кинопроката и кинопоказа (структурная фрагментация рынка, технологический фактор, фактор формирования репертуарной политики, позиционирование организаций кинозрелищных услуг).

Анализ организационно-экономических аспектов управления развитием отечественных и зарубежных организаций кинематографии. Выделить особенности ситуации в киноотрасли и государственной политики в этой сфере в ряде европейских стран.

Тема 4. Механизм управления развитием организаций кинопроката и кинопоказа: принципы, методы, инструменты

Деятельность и устойчивое функционирование организаций кинопроката и кинопоказа зависят от набора определенных принципов (надежность, гибкость, оперативность, адаптивность, продуктивность, экономичность, саморегулирование), методов (системного анализа, сравнения, экстраполяции, прогнозирования) и инструментов механизма управления развитием киносферы (анализ внутренней и внешней среды организаций кинопроката и кинопоказа; определение долгосрочных целей; диагностика существующих бизнес-процессов; разработка и реализация стратегии развития сегмента).

При формировании механизма управления развитием организаций киносферы необходимо учитывать влияние важнейших внутренних и внешних факторов: организационный фактор, структуру рынка, потребительские предпочтения, технологический фактор, репертуарную политику и пр.

*Тема 5. Методика применения и оценка эффективности
механизма управления развитием организаций
кинопроката и кинопоказа*

Устойчивое развитие организаций кинопроката и кинопоказа определяется целевой ориентацией, направленной на экономический и инновационный результат. Достичь данного результата возможно с помощью комплекса организационно-экономических мер, направленного на снижение зависимости отечественной киноиндустрии от зарубежных операторов рынка кинопродукции, повышение качества создаваемых кинопродуктов с учетом предпочтений аудитории, развитием новых способов потребления киноуслуг и др.

Эффективность механизма управления развитием организаций киносферы определяют ряд экономических, организационных, финансовых, инновационных, маркетинговых и социально-культурных преобразований.

*Тема 6. Формирование модели управления
предпринимательскими рисками в киноиндустрии*

Необходимость формирования модели управления рисками, способной обеспечить эффективную реализацию кинопроизводства. Этапы формирования модели управления рисками кинопроекта: интенсификация рисков, анализ и оценка, разработка методов реагирования на риск, контроль реагирования на рисковые события. Особенности, достоинства и недостатки различных видов управления рисками в киноиндустрии. Факторы, определяющие выбор того или иного метода управления рисками. Функции арт-менеджера по риску в кинопроизводстве.

Инструменты анализа рисков в кинопроизводстве с позиции методов управления ими. Практические действия по предотвращению и контролю рисков кинопроекта. Страхование как способ управления рисками. Виды страхования в кинопроизводстве.

*Тема 7. Кинотеатры как основа отечественной
киноиндустрии и важнейший сектор экономики
и социально-культурной сферы*

Кинотеатр как один из самых динамично развивающихся секторов национальной экономики и социально-культурной

сферы. Кинотеатры реинвестируют в развитие и модернизацию инфраструктуры все имеющиеся ресурсы. Деятельность кинотеатрального сектора обеспечивает занятость населения во всех регионах страны как в самих кинотеатрах, так и в огромном количестве организаций, являющихся поставщиками товаров и услуг для кинотеатров.

Социально-культурные и образовательные функции, выполняемые отечественными кинотеатрами. Кинотеатральный прокат – важнейший источник внебюджетного финансирования отечественного кино. Реализация мер, направленных на стимулирование развития кинотеатров и создания условий для предоставления услуг кинопоказа для большинства граждан Республики Беларусь для обеспечения эффективного использования государственных инвестиций, направляемых в развитие национального кинопроизводства.

Тема 8. Цифровая модернизация и инновационное развитие кинотеатров как важнейший фактор функционирования отечественной киноиндустрии

Необходимость проведения цифровой модернизации отечественных кинотеатров как перспектива развития национальной киноиндустрии. Особенности осуществления цифровой модернизации в условиях сложной экономической ситуации. Связь рентабельности отечественной киноиндустрии с функционированием кинотеатров.

Цифровая модернизация кинотеатров открывает новые возможности для белорусской киноиндустрии; создает условия для более широкого проката отечественных фильмов и их окупаемости в кинотеатральном прокате, значительным образом сокращает расходы продюсеров на выпуск фильмов в прокат, помогает кинотеатрам выполнять и создавать новые важнейшие социально-культурные функции.

Реализация комплекса стимулирующих мер, направленных на поддержку инновационного развития и модернизации инфраструктуры кинотеатров, сохранение существующей кинотеатральной сети и введение в строй новых кинотеатров в соответствии с долгосрочными целями развития отечественной экономики и социально-культурной сферы.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Количество аудиторных занятий			Количество часов УСР	Форма контроля знаний
	лекции	семинарские занятия	лабораторные занятия		
<i>Тема 1.</i> Введение. Социально-экономическое значение киноиндустрии в условиях глобализации культурного развития Беларуси	2	2		1	опрос и реферат
<i>Тема 2.</i> Государственная поддержка отечественного кинопроизводства и кинопроката	2	2		1	опрос и реферат
<i>Тема 3.</i> Организационно-экономические аспекты управления отечественными и зарубежными организациями кинематографии	2	2		1	опрос
<i>Тема 4.</i> Механизм управления развитием организаций кинопроката и кинопоказа: принципы, методы, инструменты	2	2		1	опрос
<i>Тема 5.</i> Методика применения и оценка эффективности механизма управления развитием организаций кинопроката и кинопоказа	2	2	2	1	опрос, письменная работа
<i>Тема 6.</i> Формирование модели управления предпринимательскими рисками в киноиндустрии	2	2	2	1	опрос, письменная работа
<i>Тема 7.</i> Кинотеатры как основа отечественной киноиндустрии и важнейший сектор экономики и социально-культурной сферы	2	2		1	опрос и реферат
<i>Тема 8.</i> Цифровая модернизация и инновационное развитие кинотеатров как важнейший фактор функционирования отечественной киноиндустрии	2	2		1	опрос и реферат
Всего...	16	16	4	8	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная

1. *Вайнъярд, Дж.* Постановка съемок кино- и видеофильмов / Дж. Вайнъярд ; пер. с англ. под ред. проф. А. А. Белоусова и д. т. н. А. И. Винокура. – СПб. : СПбГУКиТ, 2001. – 139 с.
2. *Горюнова, Г. Н.* Организация производства кинофильмов / Г. Н. Горюнова. – М. : Искусство, 2008.
3. *Евменов, А. Д.* Дистрибьюция в кинематографе : учеб. пособие для вузов / А. Д. Евменов [и др.] ; С.-Петербург. гос. ун-т кино и тел. – СПб. : СПбГУКиТ, 2014. – 115 с.
4. *Евменов, А. Д.* Организация производства на предприятиях кинематографии и телевидения : учеб. пособие / А. Д. Евменов, Э. К. Какосьян, П. В. Данилов. – СПб. : СПбГУКиТ, 2010. – 97 с.
5. *Евменов, А. Д.* Исследование систем продюсирования кинопроизводства / А. Д. Евменов, Э. К. Какосьян, П. В. Данилов. – СПб. : СПбГУКиТ, 2011. – 123 с.
6. *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.
7. *Калабихина, Е. А.* Рейтинг роста и финансирования кинопроизводства в странах с развитой киноиндустрией / Е. А. Калабихина // Вестн. Моск. ун-та. – Серия 6, Экономика. – 2013. – № 6. – С. 48–60.
8. *Калинкина, О. А.* Основные этапы становления и развития белорусского кинопроката / О. А. Калинкина // Вести Ин-та совр. знаний. – 2015. – № 2. – С. 19–24.
9. *Кокарев, И.* Кино как бизнес и политика / И. Кокарев. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 344 с.
10. *Косинова, М. И.* Дистрибьюция и кинопоказ в России / М. И. Косинова. – Рязань : Изд-во Ряз. обл. тип., 2009.
11. *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.

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

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

14. 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. – 192 с.

15. Познин, В. Ф. Аудиовизуальный продукт : технология плюс творчество : моногр. / В. Ф. Познин. – СПб. : СПбГУКиТ, 2006. – 256 с.

16. Теплова, Т. В. Экономика киноиндустрии и факторы, влияющие на стоимость кинотеатра (часть 1) / Т. В. Теплова // Управление корпоративными финансами. – 2015. – № 4. – С. 198–207.

17. Теплова, Т. В. Экономика киноиндустрии и факторы, влияющие на стоимость кинотеатра (часть 2) / Т. В. Теплова // Управление корпоративными финансами. – 2015. – № 5/6. – С. 328–340.

Дополнительная

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

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

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

4. 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.

5. Беларуская культура сёння: гадавы агляд, 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.

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

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

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

9. 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. : СПбГУКиТ, 2011.

10. Евменов, А. Д. Маркетинг в социальной сфере : учеб. пособие / А. Д. Евменов, Э. К. Какосьян, П. В. Данилов. – СПб. : СПбГУКиТ, 2010.

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

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

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

14. Ивонинский, А. Н. Характеристика основных проблем предприятий кинопоказа в Российской Федерации / А. Н. Ивонинский // Проблемы совр. экономики. – 2014. – № 1. – С. 238–240.

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

16. 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.

17. 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.

18. Карпушин, Е. С. Российская киноиндустрия как часть экономики страны / Е. С. Карпушин, А. И. Кулакова // ЭКО. – Новосибирск. – 2015. – № 8. – С. 181–189.

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

20. Макаревич, А. В. Кинотеатр как социально-культурный институт / А. В. Макаревич // Гуманитарный корпус : зб. наук.

ст. з актуал. проблем філософії, психології, педагогіки та історії / [упоряд. : Є. В. Кучеренко, С. С. Русаков, О. А. Барма ; редкол. : В. І. Бондаро [та ін.]] ; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова, Ін-т філософ. освіти і науки, Ін-т педагогіки і психології, Громад. орг. «Акад. розвитку психолог. науки і практики». – Вип. 6. – Вінниця : Нілан-ЛТД, 2016. – С. 155–159.

21. *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.

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

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

24. 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.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

34. 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.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУИМ

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Понятие киноиндустрии как одного из передовых направлений арт-менеджмента.
2. Цели и задачи менеджмента в современной отечественной киноиндустрии.
3. Социально-экономическое значение киноиндустрии в условиях глобализации культурного развития.
4. Основные тенденции развития отечественной киноиндустрии в современных экономических, политических и социально-культурных условиях.
5. Содержание и значение Концепции развития кинематографа Беларуси на 2015–2020.
6. Основные направления государственной поддержки в сфере кинематографии Беларуси.
7. Нормативно-правовое обеспечение кинематографической сферы Республики Беларусь.
8. Характеристика деятельности организаций киноиндустрии зарубежных стран.
9. Характеристика деятельности организаций киноиндустрии России.
10. Организационно-экономические аспекты управления развитием отечественных организаций кинематографии.
11. Факторы, влияющие на развитие организаций кинопроката и кинопоказа.
12. Принципы управления развитием организаций кинопроката и кинопоказа, отражающие их устойчивое функционирование.
13. Методы управления развитием организаций кинопроката и кинопоказа, обеспечивающие их успешную деятельность.
14. Комплекс организационно-экономических мер, повышающих конкурентоспособность организаций отечественной киноиндустрии.
15. Этапы формирования модели управления рисками кинопроекта.
16. Особенности, достоинства и недостатки различных видов управления рисками в киноиндустрии.
17. Функции арт-менеджера по риску в кинопроизводстве.

18. Факторы, определяющие выбор того или иного метода управления рисками.

19. Инструменты анализа рисков в кинопроизводстве с позиции методов управления ими.

20. Практические действия по предотвращению и контролю рисков кинопроекта.

21. Характеристика деятельности кинотеатрального сектора Республики Беларусь.

22. Социально-культурные и образовательные функции, выполняемые отечественными кинотеатрами.

23. Особенности осуществления цифровой модернизации отечественных кинотеатров.

24. Связь рентабельности отечественной киноиндустрии с функционированием кинотеатров.

Тематика рефератов

1. Понятие «киностудия», 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 кинофильмов.

9. Принципы реализации кинопродукции в Республике Беларусь.

10. Законодательное регулирование кинобизнеса в Республике Беларусь.

11. Специфика проведения маркетинговых исследований в сфере киноискусства.

12. Организация рекламных мероприятий премьерного кинопоказа.

13. Влияние государственной политики на сферу культуры и искусства в целом, и на киноиндустрию в частности.

14. Цифровые технологии в кинематографе и телевидении (производство и показ).
15. Нестандартные способы кинотеатрального продвижения.
16. Проблемы интеграции кинопроизводства, кинораспределения и кинопотребления.
17. Комплекс маркетинга «4Р» и концепция «4С» и их применение в сфере кинопродукции.
18. Эволюция и состояние киноиндустрии в Республике Беларусь.
19. Социально-экономическое значение киноиндустрии в условиях глобализации культурного развития нашей страны.
20. Арт-менеджмент в киноиндустрии Республики Беларусь.
21. Кинофестиваль как механизм развития белорусского современного экранного искусства.

Формы и методы организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов II степени высшего образования организуется в соответствии с положением о самостоятельной работе магистрантов, утвержденным Министерством образования Республики Беларусь, и направлена на углубление знаний по данной дисциплине с учетом профиля обучения и требований будущей профессиональной деятельности магистров.

В рамках прохождения дисциплины используется реферирование отдельных тем на основе детального изучения информации предложенных учебных и научных изданий отечественных и зарубежных авторов.

Основными *формами и методами самостоятельной работы* студентов II степени высшего образования являются:

- подготовка к практическим и лабораторным занятиям;
- анализ и синтез материалов учебных и научных изданий по проблематике дисциплины;
- решение ситуативных задач;
- подготовка мультимедийных презентаций полученных результатов самостоятельной работы;
- участие в научно-исследовательской деятельности.

Управляемая самостоятельная работа предполагает сбор информации и подготовку рефератов по вопросам организации деятельности учреждений кинопоказа и кинопроката. В целях стимулирования самостоятельной работы магистрантов используются аудиовизуальные материалы, подкрепляющие учебно-методическую составляющую дисциплины.

Для оценки качества самостоятельной работы обучающихся используются следующие формы контроля: собеседование, индивидуальные консультации, проверка рефератов и презентаций.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

Учебное издание

МЕНЕДЖМЕНТ В КИНОИНДУСТРИИ

*Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине
для специальности II ступени высшего образования
1-20 81 01 Арт-менеджмент*

Корректор В. Б. Кудласевич
Технический редактор Л. Н. Мельник

Подписано в печать 2018. Формат 60x84 ¹/₁₆.
Бумага офисная. Ризография.
Усл. печ. л. 1,45. Уч.-изд. л. 0,77. 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