

**Автономная некоммерческая организация "Институт кино и
телевидения (ГИТР)"**

УТВЕРЖДАЮ
Ректор
Ю.М. Литовчин

31 августа 2022 г.

СОГЛАСОВАНО
Зав. кафедрой продюсерского
мастерства
Ю.М. Белозёрова

31 августа 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«МАРКЕТИНГ, СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМА В
ПРОДЮСЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Специальность 55.05.04 Продюсерство
специализация – Продюсер кино и телевидения
Форма обучения – очная

Автор Ю.М. Белозёрова

Москва – 2022

1. Аннотация

Дисциплина способствует выработке умений использования маркетинговых инструментов в деятельности продюсера для повышения эффективности продвижения аудиовизуальных проектов на рынке.

2. Место дисциплины

Относится к обязательной части Блока 1, базируется на знаниях дисциплин "Основы теории, практики и искусства управления" и "Экономика аудиовизуальной сферы", является основой для освоения таких дисциплин как: «Продвижение аудиовизуальной продукции», «Внешекономическая деятельность в кино и на телевидении», «Организация производства аудиовизуальной продукции».

3. Планируемые результаты

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать

- теоретические основы маркетинговой деятельности, перспективы развития маркетинга продукции кино и телевидения в Российской Федерации
- методы анализа данных зрительского поведения и конкурентного окружения, новые тенденции на рынке; маркетинговые коммуникации в продюсерской деятельности
- современные маркетинговые методы повышения конкурентоспособности организации на рынке, подходы к организации развития бизнеса в сфере кино и телевидения

Уметь

- разработать и оценить эффективность рекламной кампании по продвижению творческого проекта
- пользоваться основными законодательными актами и нормативно-правовыми документами, определяющими управление маркетингом в сфере кино и телевидения
- применять полученные знания при определении источников финансирования продюсерского проекта
- формировать предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач в соответствии с запросами зрительской аудитории; определять стратегические направления новых продуктов телерадиовещательных СМИ

Владеть

- навыками использования приемов эффективного менеджмента маркетинговой деятельности; умением применить знания в области маркетинга для повышения эффективности продюсерской деятельности

- навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты, проведения маркетинговых исследований и умением анализировать маркетинговую среду фирмы и прогнозировать тенденции кинопроцесса
- инструментами определения сильных и слабых сторон конкурентов; разработки комплекса маркетинга для продюсерских проектов, оценки эффективности рекламной компании

Формируются поэтапно следующие компетенции и индикаторы их достижения:

Компетенции	Индикаторы
ОПК-4. Способен распознавать художественную, общественную и коммерческую ценность творческого проекта, генерировать идеи создания новых проектов в области экранных или исполнительских искусств	ОПК-4.7. Способен прогнозировать тенденции кинопроцесса; ОПК-4.10. Способен разработать и оценить эффективность рекламной кампании по продвижению творческого проекта.
ПК-3 Способен управлять созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ	ПК-3.24. Готов к формированию предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач; ПК-3.26. Способен анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке; ПК-3.27. Способен определять сильные и слабые стороны конкурентов; ПК-3.34. Способен определять стратегические направления новых продуктов телерадиовещательных СМИ.

4. Объем дисциплины

7 зачетных единиц (252 академических часа).

Из них:

Контактная работа с педагогическим работником					Самостоятельная работа	Контроль – подготовка к промежуточной аттестации
Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Консультации	Промежуточная аттестация	Всего		
40	92	1	0,3	133,3	82,7	36

5. Содержание дисциплины

Раздел, форма аттестации	Тема №№	Всего часов	Контактная работа с педагогическим работником					Самостоятельная работа	Контроль - подготовка к ПА
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Консультации	Промежуточная аттестация (ПА)	Всего		
Введение в маркетинг. Концепции маркетинга	1-2	12	2	6			8	4	
Маркетинговые исследования	3-7	32	8	12			20	12	
Комплекс маркетинга и его элементы в деятельности продюсера	8-14	42	8	18			26	16	
Роль рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций	15-16	18	2	8			10	8	
Зачет с оценкой	17	4		4			4		
Связи с общественностью и стимулирование продаж	18-19	14	2	6			8	6	
Современные проблемы маркетинга	20-24	32,7	6	14			20	12,7	
Основы работы продюсера со средствами массовой информации для продвижения медиапроектов	25-33	60	12	24			36	24	
Экзамен		37,3			1	0,3	1,3		36
Итого:		252	40	92	1	0,3	133,3	82,7	36

Тематическое содержание занятий см. по ссылке <https://sdo.gitr.ru/>

6. Методические рекомендации (материалы) для обучающегося

- Читать учебную литературу.
- Конспектировать основное содержание лекций.
- Выполнять задания к темам.

Методические рекомендации по выполнению заданий см. по ссылке <https://sdo.gitr.ru/>

7. Образовательные технологии

Занятия лекционного типа - формирование системы ориентирующих знаний и умений, необходимых для практической работы продюсера в сфере определения маркетинговой стратегии продвижения аудиовизуального проекта.

Занятия семинарского типа - практические занятия по отработке применения знаний в сфере маркетинговой деятельности на примере конкретных ситуаций в продюсерской деятельности, выполнение заданий, проведение дискуссий.

Текущий контроль успеваемости - оценка практических заданий, групповые дискуссии.

Консультации - консультации к экзамену.

Промежуточная аттестация - опрос.

Самостоятельная работа - изучение учебной литературы, выполнение заданий, подготовка к занятиям по вопросам.

8. Ресурсное обеспечение

Учебная литература

1. Ким С.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / С.А. Ким. - 2-е изд. - М.: Дашков и К°, 2019. - Доступ из ЭБС «Университетская библиотека онлайн». - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573437>
2. Акулич М.В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / М.В. Акулич. -

- М.: Дашков и К°, 2020. – Доступ из ЭБС «Университетская библиотека онлайн». – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342>
3. Основы продюсера: Аудиовизуальная сфера [Электронный ресурс]: учебник / В.В. Арсеньев, И.Д. Барский, А.Л. Богданов и др. ; под ред. Г.П. Иванова, П.К. Огурчикова, В.И. Сидоренко. – М.: Юнити, 2015. – Доступ из ЭБС «Университетская библиотека онлайн». – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114545>
 4. Мастерство продюсера кино и телевидения [Электронный ресурс]: учебник / под ред. П.К. Огурчикова, В.И. Сидоренко, В.В. Падейского. – М.: Юнити, 2015. – Доступ из ЭБС «Университетская библиотека онлайн». – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114715>
 5. Арт-менеджмент [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Л.Н. Жуковская, С.В. Костылева, В.С. Лузан и др.; Сибирский федеральный университет. – Красноярск: Сибирский федеральный университет (СФУ), 2016. – Доступ из ЭБС «Университетская библиотека онлайн». – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496978>
 6. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер [Электронный ресурс] / Ф. Котлер ; ред. М. Суханова; пер. с англ. Т.В. Виноградовой, А.А. Чеха, Л.Л. Царук. – 7-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – Доступ из ЭБС «Университетская библиотека онлайн». – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742>
 7. Моуат Д. Видеомаркетинг: стратегия, контент, производство [Электронный ресурс] / Д. Моуат. – М.: Альпина Паблишер, 2019 – Доступ из «Университетская библиотека URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570421>

Программное обеспечение

1. Mac OS 11.0.1
2. Keynote
3. Numbers
4. Pages
5. 7z
6. Safari
7. Google Chrome
8. Yandex Browser
9. Adobe Acrobat Reader DC
10. OBS Studio
11. Zoom
12. Skype
13. Web-модуль для заказа оборудования "Заявки на оборудование и классы", Rusoft

Информационно-справочные системы и профессиональные базы данных

1. Гильдия продюсеров России - www.kinoproducer.ru
2. Tvkinoradio - <https://tvkinoradio.ru/>
3. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» - <http://www.biblioclub.ru/>

4. Универсальная база данных периодических изданий компании «Ист Вью» - <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>

Материально-техническая база

1. Учебная аудитория
2. Помещение для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в ЭИОС ГИТРа.
3. Состав оборудования и технических средств обучения определен в приложении № 3.

9. Оценочные материалы

9.1 Критерии оценивания результатов освоения дисциплины

5 - сформированные и систематизированные знания предмета, сформированные умения и навыки применения методов и подходов изучаемой дисциплины при решении учебных и практических задач.

4 - в целом, сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания предмета, умение применять методы и подходы изучаемой дисциплины при решении учебных и практических задач с минимальным количеством ошибок не принципиального характера, наличие навыков применения методов и подходов изучаемой дисциплины при решении учебных и практических задач.

3 - несистематизированные знания предмета, частично сформированные умения и навыки применения методов и подходов изучаемой дисциплины при решении учебных задач.

2 - фрагментарное знание предмета, отсутствие умений и навыков применения методов и подходов изучаемой дисциплины при решении учебных задач.

9.2 Материалы к текущему контролю

Полный перечень вопросов, тестов и заданий см. по ссылке <https://sdo.gitr.ru/>

9.3 Материалы к промежуточной аттестации

Полный перечень вопросов, тестов и заданий см. по ссылке <https://sdo.gitr.ru/>