

Министерство культуры Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Всероссийский государственный институт кинематографии имени С.А.Герасимова» (ВГИК)

**ЦЕНТР НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ
КВАЛИФИКАЦИИ ТВОРЧЕСКИХ И УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ
СФЕРЫ ЭКРАННОЙ КУЛЬТУРЫ**



УТВЕРЖДАЮ

Ректор ВГИК

[Handwritten Signature] В.С. Малышев

(подпись)

«14» марта 2019 г.

ПРОГРАММА

ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

**«СОВРЕМЕННЫЙ КИНОПРОЦЕСС. ТЕНДЕНЦИИ, НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ.
СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ФИЛЬМА К ЗРИТЕЛЮ»**

Москва – 2019

1. Цель реализации программы - знакомство слушателей с тенденциями современного кинопроцесса и практиками промоушена, являющимся базовым материалом при осуществлении профессиональной, в том числе проектной деятельности в сфере экранной культуры.

Задачи образовательной программы повышения квалификации

- Способность анализировать тенденции и направления развития кинематографии в историческом контексте и в связи с развитием других видов художественной культуры, общим развитием гуманитарных знаний и научно-технического прогресса.
- Способность выполнения консультативно-управленческих функций при разработке проектов и (или) программ деятельности организаций сферы экранной культуры.
- Исследование зрительской аудитории в сфере кино и других экранных искусств.

2. Требования к результатам обучения

Планируемые результаты обучения

В результате освоения образовательной программы слушатель должен:

знать:

- основные характеристики современной ситуации в кинематографе;
- основные художественные направления современного кино;
- особенности творчества ведущих мастеров современного кино;
- актуальные стратегии и тактики продвижения фильма;

уметь:

- определять принадлежность фильма к той или иной тенденции в современном кинопроцессе;
- самостоятельно анализировать замысел фильма, его идею, особенности драматургического и изобразительного решений, режиссерской стилистики, исполнительской манеры актеров;
- поэтапно выстраивать стратегию и тактику промоушена;

иметь практический опыт:

- анализа фильма, его структуры, современного кинопроцесса в целом.

Проектируемые результаты обучения

Совершенствование знаний и навыков в рамках следующих профессиональных компетенций:

ПК	Способность анализировать тенденции и направления развития кинематографии в историческом контексте и в связи с развитием других видов художественной культуры, общим развитием гуманитарных знаний и научно-технического прогресса
ПК	Способность выполнения консультативно-управленческих функций при разработке проектов и (или) программ деятельности организаций сферы экранной культуры
ПК	Исследование зрительской аудитории в сфере кино и других экранных искусств

3. Содержание программы

Учебный план

программы повышения квалификации

«СОВРЕМЕННЫЙ КИНОПРОЦЕСС. ТЕНДЕНЦИИ, НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ. СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ФИЛЬМА К ЗРИТЕЛЮ»

Категория слушателей: руководители и специалисты сферы экранной культуры, преподаватели профильных образовательных организаций.

Срок обучения – 36 час.

Форма обучения – очная технологий (45 чел.), очно-заочная (15 чел.) с применением дистанционных образовательных технологий.

№ п/п	Наименование разделов	Всего, час.	В том числе	
			лекции	практические занятия
1.	СОВРЕМЕННЫЙ КИНОПРОЦЕСС. ТЕНДЕНЦИИ, НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ	28	14	14
2.	СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ФИЛЬМА К ЗРИТЕЛЮ	6	6	-
		34	22	14
	Итоговая аттестация	2	экзамен	

Учебно-тематический план
 программы повышения квалификации
**«СОВРЕМЕННЫЙ КИНОПРОЦЕСС. ТЕНДЕНЦИИ, НАПРАВЛЕНИЯ
 РАЗВИТИЯ. СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ФИЛЬМА К ЗРИТЕЛЮ»**

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего, час.	В том числе	
			лекции	практические занятия
1	2	3	4	5
1.	СОВРЕМЕННЫЙ КИНОПРОЦЕСС. ТЕНДЕНЦИИ, НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ	28	14	14
1.1.	Отечественный кинопроцесс 90-х – начала нулевых гг.	8	4	4
1.2.	Российская «новая волна»	10	4	6
1.3.	Кинематограф «сегодняшнего дня»	10	4	6
2.	СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ФИЛЬМА К ЗРИТЕЛЮ	6	6	-
2.1.	Теория и практика продвижения фильмов	2	2	-
2.2.	Особенности продвижения полнометражных, короткометражных, неигровых фильмов	2	2	-
2.3.	Выбор стратегии продвижения фильмов	2	2	-
	Аттестация	2		

Учебная программа
 повышения квалификации
**«СОВРЕМЕННЫЙ КИНОПРОЦЕСС. ТЕНДЕНЦИИ, НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ. СТРАТЕГИИ
 ПРОДВИЖЕНИЯ ФИЛЬМА К ЗРИТЕЛЮ»**

**Раздел 1. СОВРЕМЕННЫЙ КИНОПРОЦЕСС. ТЕНДЕНЦИИ, НАПРАВЛЕНИЯ
 РАЗВИТИЯ (30 час.)**

Тема 1.1. Отечественный кинопроцесс 90-х – начала нулевых гг. (4 час.)

Разгосударствление кинопроизводства и проката. Возникновение кооперативных студий и превращение творческих объединений государственных студий в самостоятельные производственные структуры. Преобладание пессимистического мироощущения в выборе материала и в точке зрения на него. Феномен экранной «чернухи»: изображение нищеты, отверженности, неустроенных человеческих судеб. Обращение к ранее

запретному, табуированному для кинематографического отображения. Обостренный интерес кинематографистов к трагическим страницам отечественной истории. Обращение к беспроектным жанровым моделям. Поиски путей творческого обновления российского экрана. Отечественный кинематограф в условиях новой культурной реальности: массового распространения видео и доминирования зарубежной коммерческой кинопродукции в отечественном прокате. Поиски новых контактов со зрителем. Возвращение жанрового кино. Развитие сериальной продукции.

Тема 1.2 Российская «новая волна» (4 час.)

Приход в отечественный кинематограф целой плеяды молодых кинематографистов, определивших облик современного авторского кинематографа:

А. Звягинцев, И. Твердовский, Б. Хлебников, А. Герман-младший, А. Федорченко, А. Попогребский, В. Сигарев, А. Мизгирев, Б. Бакурадзе, И. Волошин, Н. Хомерики, П. Буслов, А. Меликян, В. Гай-Германика, Д. Месхиев, И. Вырыпаев, К. Серебренников и др. Анализ идейно-тематического содержания и особенностей художественной выразительности их картин. Место российской «новой волны» в современном кинопроцессе

Тема 1.3. Кинематограф «сегодняшнего дня» (4 час.)

Создание отечественных блокбастеров, сложнопостановочных картин. Успешное развитие сериальной продукции. Зрелищность и использование новых технологий как путь для оспаривания господства американских блокбастеров и размежевания с отечественной телевизионной продукцией. Современная система бюджетной поддержки производства и проката российских фильмов. Современное кинопроизводство и развитие киносети на основе современных технологий показа фильмов и обслуживания зрителей. Появление картин, вызывающих широкий зрительский резонанс. Место кинематографа в современной аудиовизуальной культуре.

Раздел 2. СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ФИЛЬМА К ЗРИТЕЛЮ

Тема 2.1. Теория и практика продвижения фильмов (2 час.)

Теоретические и практические аспекты продвижения фильма. Особенности кино и видеопродукции как объекта коммуникативного продвижения. Коммуникативные различия кино и телевидения. Понятия экранной

культуры и теория киномаркетинга. Формирование бюджетов рекламы. Продвижение фильма и работа с разными целевыми аудиториями.

Тема 2.2. Особенности продвижения полнометражных, короткометражных, неигровых фильмов (2 час.)

Основные пути продвижения полнометражного фильма. Понятие «короткометражного кино». Особенности короткометражного кино: отсутствие постоянной аудитории и рыночного сегмента, необходимость поиска аудитории для каждого нового короткометражного проекта и др. Три модели продюсирования (финансирования, производства и проката) короткометражного кино – «брендируемый контент», «дебютный фильм», «альманах короткометражного кино». Стратегия продвижения короткометражного кино по модели «дебютный фильм». Особенности неигрового кино. Типология стратегий продвижения: фестивальная стратегия, телевизионные продажи, интернет и система индивидуальной доставки абоненту телевизионных программ и фильмов по цифровой кабельной, спутниковой или эфирной телевизионной сети и др.

Тема 2.3 Выбор стратегии продвижения фильмов (2 час.)

Зависимость стратегии продвижения фильма от следующих факторов: коммерческий потенциал, жанр, мотивации потребителя. Маркетинговые исследования позволяют: определить реальную и потенциальную ёмкость рынка (количество зрителей); проанализировать и спрогнозировать поведение потребителей (динамика спроса, распределение количества зрителей по времени года, региону, возрасту, полу, социальному положению, доходу и т.д.); провести анализ конкурентов на рынке аудиовизуальной продукции (существующие предложения, фильмы сходных жанров и (или) тем, находящиеся одновременно в производстве, кассовые сборы по фильмам, уже вышедших в прокат); определить свою долю на рынке (оценить потенциальный уровень кассовых сборов фильма на фоне выхода аналогичных фильмов, и, как следствие, оценить рентабельность кинопроекта); определить стратегию и тактику продвижения фильма (рекламная кампания, прокат, промоушен-акции).

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практических занятий
1.1	Анализ фильмов периода 90-х гг. (по выбору преподавателя) - 4 час.
1.2	Анализ фильмов отечественной «новой волны» (по выбору преподавателя) - 6 час.
1.3	Анализ фильмов отечественной «сегодняшнего дня» (по выбору преподавателя) – 6 ч.

4. Материально-технические условия реализации программы

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
Аудитория	Лекции,	компьютер, интернет, мультимедийный проектор, экран, доска
Просмотровый зал	практические занятия	Экран, проекционное оборудование

5. Учебно-методическое обеспечение программы

Раздел 1

1. Хроники кинопроцесса, №1-10 М.: НИИК, ВГИК, 2006-2016
2. Долин А. Оттенки русского. Очерки отечественного кино
Издательство АСТ, М.: 2017- 421с.
3. Москвина-Яценко Т. Очерки новейшей истории отечественного кино: 90-е и нулевые, М.: Бьорк, 2017. - 578 с.

Раздел 2

1. Кокарев И.Е. Кино как бизнес: Современная американская киноиндустрия, зарубежный опыт и перестройка советского кино. Анализ практики и образцы документов и типовых договоров. - Минск: АСК, 2001.
2. Кокарев И.Е. Российский кинематограф: между прошлым и будущим. - М.: «Российский фонд культуры», SPSL-» Русская панорама», 2001.
3. Коновалов А.В. Маленькие секреты большого шоу-бизнеса. - СПб.: Питер, 2005 - 378 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. СПб, АО «Коруна» АОЗТ «Литера плюс», 2004. - 700с.
5. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера / Под ред. Г. П. Иванова, П.К. Огурчикова, В. И. Сидоренко. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
6. Солтобек С. Оценка зрительного потенциала фильма// Техника и технологии кино. - 2006. - № 1. С. 11
7. Ульянова Т. Особенности маркетинга кинорынка. - М., 2003. - 400 с.

6. Оценка качества освоения программы

Оценка качества освоения программы осуществляется в соответствии с Положением об итоговой аттестации по программам дополнительного профессионального образования (утверждено Ученым советом ВГИК от 30.12.2018, протокол № 1, пункты 2.10, 2.11) и проводится в форме зачета в

устной форме на основе двухбалльной системы (зачтено/не зачтено) оценок по основным разделам программы.

Слушатель считается аттестованным, если имеет положительные оценки (зачтено) по всем разделам программы, выносимым на зачет.

Перечень вопросов, выносимых на аттестацию в форме зачета, приведен в приложении 1 к образовательной программе ПК.

7. Составители программы и педагоги – В.В.Виноградов, доктор искусствоведения, профессор кафедры киноведения ВГИК (1.1., 1.2,); С.А. Смагина, канд. искусствоведения, доцент кафедры киноведения ВГИК (1.3., 2.1.,2.2, 2.3.).

8. Преподаватели, реализующие программу

№ п/п	Ф.И.О., должность, звание преподавателя	Номера реализуемых разделов, тем
1.	В.В.Виноградов, док. искусствоведения, профессор кафедры киноведения	Темы 1.2.,1.2.
2.	В.А.Смагина, канд. искусствоведения, доцент кафедры киноведения	Темы 1.3., 2.1., 2.2.,2.3.,

Приложение 1
к образовательной программе ПК

Перечень вопросов

по образовательной программе ПК «СОВРЕМЕННЫЙ КИНОПРОЦЕСС. ТЕНДЕНЦИИ, НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ. СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ФИЛЬМА К ЗРИТЕЛЮ», выносимых на аттестацию

Раздел, тема	Вопросы, выносимые на аттестацию
1, 1.1.	1. Новые тенденции в отечественном кино второй половины 90-х 2. Жанровый и тематический диапазон отечественной кинопродукции 90-х гг.

	3. Анализ творчества 90-х гг. одного из российских режиссеров (по выбору экзаменатора).
1, 1.2.	1. Российская «новая волна». Основные представители. Тематическое и эстетическое своеобразие фильмов. 2. Анализ творчества одного из режиссеров российской «новой волны» (по выбору экзаменатора).
1, 1.3.	1. Характеристика современного положения в отечественном кинематографе. 2. Современная система бюджетной поддержки производства и проката российских фильмов. 3. Ведущие режиссеры современного кинопроцесса.
2, 2.1.	1. Основные виды продвижения фильмов. 2. Коммуникативные различия кино и телевидения
2, 2.2.	1. Продвижение полнометражных фильмов. 2. Продвижение короткометражных фильмов. 3. Продвижение неигровых фильмов.
2, 2.3.	1. Виды маркетинговых исследований в продвижении фильмов 2. Факторы, влияющие на выбор стратегии продвижения фильма.