

Проблема PR в киноиндустрии и креативные способы продвижения кинофильмов

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Косиченко Каролина Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: kosichenko.2015@mail.ru

Данная работа посвящена проблеме продвижения кинокартин. Вопрос PR в киноиндустрии является актуальным на сегодняшний день, ведь правильно применённые решения по продвижению фильма способствуют привлечению внимания зрителей и обеспечения картине кассового успеха.

Отталкиваясь от идей Александра Николаевича Чумикова и Михаила Петровича Бочарова, мы намерены сравнить понятия маркетинг, PR и реклама. Одной из главных задач в нашей работе - подробное изучение PR-технологий, используемых в киноиндустрии для продвижения фильмов, и этапов рекламной кампании кинопродукта.

Первая глава работы посвящена теоретическому рассмотрению PR-технологий, используемых в киноиндустрии (начиная со сравнения понятий «связи с общественностью», «маркетинг» и «реклама» и заканчивая изучением инструментов ATL-рекламы).

Во второй главе работы освещаются этапы рекламной кампании кинопродукта, где мы пришли к выводу, что рекламный стратегический план совпадает с этапами производства фильма, каждому из которых соответствует свой набор рекламных приёмов и PR-технологий.

В работе делается вывод о том, что продвижение и раскрутка фильмов становятся одним из факторов, определяющих успех того или иного кинопродукта на российском рынке кинопроката. Необходимо помнить, что кампания по продвижению фильма начинается за полтора года до начала съёмок и продолжается до времени премьерных показов.

Источники и литература

- 1) Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. Москва, Дело, 2006 - с. 27 - 29.
- 2) Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью: Вводный курс. СПб.: Питер, 2005.
- 3) Чумиков Т. PR как инструмент маркетинга marketinga.

- 4) Арнс Б. Современная реклама.
- 5) Бизнес гид. Перспективы рекламы в кинозалах.
- 6) Тыщенко А. Особенности рекламы российского кино.
- 7) Ульянова М. Особенности маркетинга кинорынка и специфика кинопродукции как объекта маркетинга.